



L'intervista
Massimo Ferretti
«Meno utili?
È per crescere»

5



San Marino
Un outlet della moda,
ma un referendum
può bloccarlo

6



Innovatori
Vyrus, la bottega
delle superbike
preferite da Tom Cruise

9

CORRIERE

IMPRESE

EMILIA-ROMAGNA

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI

L'editoriale

All'Italia serve una lezione di tedesco

di Franco Mosconi

Italia, con quasi il doppio del numero di imprese rispetto alla Germania (3,8 milioni contro 2,1), dà lavoro a 15 milioni di persone, mentre in Germania gli occupati nelle aziende sono circa 25 milioni. Ancora: la Germania, con poco più della metà del numero di imprese rispetto al nostro Paese, genera un valore aggiunto più che doppio (1.381 miliardi di euro contro i nostri 612). La quintessenza di quella che da decenni conosciamo, nel capitalismo italiano, come la questione dimensionale è racchiusa in questi dati della Commissione europea («SBA Fact Sheet»). Beninteso, in entrambi i Paesi — le due principali manifatture dell'Ue — prevalgono le pmi, le piccole e medie imprese, e lo stesso accade in tutta l'Ue. Occorre tuttavia guardare più nel dettaglio. Da noi dominano quelle che in Europa vengono chiamate «microimprese» (meno di 10 addetti): sono circa il 95% del totale, contribuiscono al 47% dell'occupazione e al 30% del valore aggiunto. In Germania sono invece relativamente più forti le altre due classi dimensionali (le «piccole» e le «medie»: il giustamente celebrato Mittelstand). Dove poi le strade dei due Paesi si separano fortemente, si sa, è quando arriviamo alle grandi imprese e alle multinazionali. Ma è necessario nel mondo d'oggi, ci siamo domandati in un recente seminario svoltosi all'Università di Parma, avere imprese dalle spalle più larghe? L'esperienza di questi anni post-crisi e il confronto Italia-Germania suggeriscono una risposta positiva.

continua a pagina 15

Primo piano



Classifica
L'Emilia-Romagna si piazza al secondo posto in Italia dopo la Lombardia per numero di progetti

Giganti dell'innovazione

Le pmi della via Emilia si aggiudicano 6,5 milioni dei fondi Horizon 2020 grazie a 35 progetti rivoluzionari. Tra questi le viti in titanio della Poggipolini per l'automotive e il superverniciatore della Anderlini. Eppure il patent box, che detassa il reddito proveniente dai brevetti, in regione non fa breccia

L'intervento

Vino, bene la produzione, ma il futuro si gioca sull'export in Nord America e Cina

di Denis Pantini

Con 8,1 milioni di ettolitri di vino su un totale nazionale di 49,5 milioni ottenuti nel 2015, l'Emilia-Romagna rappresenta nel panorama vinicolo italiano la terza regione più importante sul versante produttivo, dopo il Veneto e la Puglia. Anche se guardiamo ai volumi esportati, la nostra regione riesce a mantenersi sul podio, in questo caso dopo il Veneto e il Piemonte; tuttavia, il discorso cambia quando dalle quantità passiamo ai valori di esportazione, dove i vini emiliano-romagnoli cado-

no repentinamente al quinto posto. Questo saliscendi tra le diverse classifiche regionali altro non è che lo specchio delle tipologie e del relativo posizionamento di prezzo collegato ai vini prodotti in Emilia-Romagna, in particolare nelle vendite oltre frontiera. Rispetto ai 5,4 miliardi di euro di export vinicolo nazionale, nel 2015 la quota regionale è stata di poco superiore al 5%, non molto per un territorio che produce il 16% del vino italiano. E non si tratta di una scarsa propensione all'export delle nostre imprese, anzi. A ben guardare, ai 275 milioni di euro legati all'export di vino emiliano-romagnolo corrispondono circa 4 milioni di ettolitri, il 20% delle quantità totali di vino italiano esportato l'anno scorso. Dunque, dove sta l'arcano?

continua a pagina 15

25
in viaggio con
DOVE
1991-2016

140
CORRIERE DELLA SERA

CERCHI IDEE PER LE VACANZE?
ECCO LE MIGLIORI!

NUMERO SPECIALE
in edicola dal 12 aprile
a € 4,90*

GRANDE CONCORSO!
Vinci Cuba
Sardegna
e Sicilia**

I premi in palio sono offerti da I Grandi Viaggi.

DOVE e Corriere della Sera presentano uno speciale dedicato alle vacanze estive. L'estate arriva solo una volta all'anno: organizzala al meglio! Sullo speciale Dove Vacanze trovi tantissime grandi idee per le vacanze estive 2016: Mare, montagna, mete esotiche, viaggi on the road, cammini spirituali, itinerari enogastronomici e molto altro ancora. Proposte, attività e consigli per tutti i tipi di viaggiatori, dalle famiglie alle coppie, da chi cerca il relax a chi ama lo sport e l'avventura. E in più, il divertente concorso **Idovetortodove** per vincere un fantastico viaggio a Cuba, in Sardegna o in Sicilia: scopri tutti i dettagli all'interno di Dove Vacanze!

DOVE

CORRIERE DELLA SERA
La libertà delle idee

Poste Italiane Sped. in A.P. D.L. 353/2003 conv. L.46/2004 art. 1, c.1 DCB Milano. Non può essere distribuito separatamente dal Corriere della Sera

PRIMO PIANO

Le nostre aziende fanno il pieno dei fondi di Horizon 2020 Con 35 progetti hanno raccolto 6,5 milioni, al secondo posto in Italia Piccole imprese, grandi **idee** Anche l'Europa se ne accorge

Chi sono



● **Paolo Bonaretti**, direttore Aster Emilia-Romagna

● **Patrizio Bianchi**, assessore regionale al Lavoro, scuola e ricerca

di **Mara Pitari**

Piccoli imprenditori, giganti dell'innovazione. In terra d'Emilia le pmi sono calamite per i fondi europei. Dalle bioplastiche della bolognese Bio-On, al co-generatore per l'energia elettrica e termica firmato Geet, fino alle macchine da caffè di ultima generazione ideate dall'azienda imolese Eureka specializzata in interfacce: sono 35 i progetti finanziati dall'Europa (37 i beneficiari) nel biennio 2014-2015 nell'ambito del maxi programma Horizon 2020, il principale strumento per il finanziamento della ricerca nel vecchio continente. L'Emilia-Romagna si piazza al secondo posto in Italia dopo la Lombardia (prima con 78 progetti approvati e 91 beneficiari, al terzo posto c'è invece il Lazio con 34 progetti e 40 destinatari). Negli ultimi due anni nelle casse delle im-

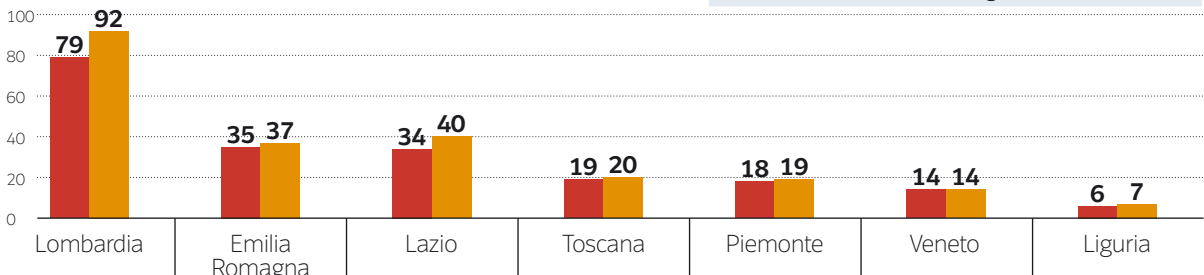
Varietà

Tra le idee su cui punta l'Ue ci sono startup e imprese storiche della meccanica

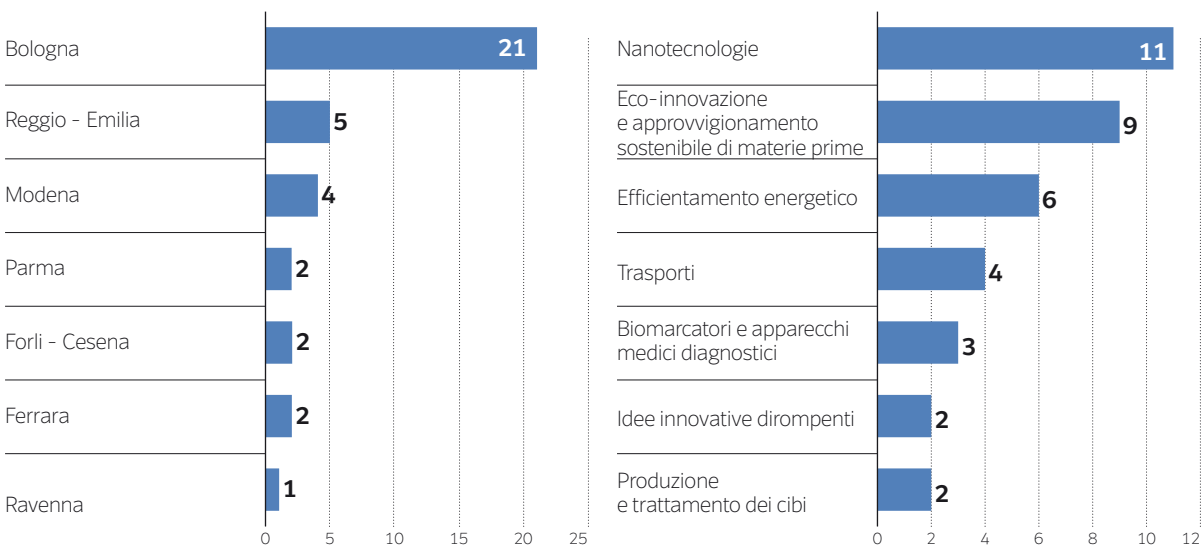
prese emiliane che hanno sviluppato progetti innovativi l'Ue ha riversato circa 6,5 milioni di euro, su 50 milioni spesi per l'Italia nell'ambito di Horizon 2020, al cui interno c'è un segmento dedicato proprio alle piccole e medie imprese: è lo **Sme Instrument** (Small medium sized enterprises) che mette a disposizione 3 miliardi di euro per il periodo 2014-2020 degli 80 miliardi complessivi dell'intero programma europeo. Per il primo biennio lo stanziamento complessivo è stato di 500 milioni e verrà potenziato a 740 milioni per il periodo 2016-2017. Con 21 idee imprenditoriali Bologna fa la parte del leone nella regione per numero di progetti finanziati grazie allo Sme. Alle spalle del capoluogo ci sono Reggio Emilia (5 progetti) e Modena (4 finanziamenti). Seguono Ferrara, Forlì-Cesena, Parma e Ravenna. «I dati testimoniano l'innovatività della regione — dice **Paolo Bonaretti**, direttore di Aster, il consorzio regionale per l'innovazione e la ricerca industriale — e sono anche il ri-

Un pieno di innovazione con Horizon 2020

RISULTATO PRIMO BIENNIO 2014-2015



COSÌ IN REGIONE



Tema ricerca	Bologna	Ferrara	Forlì Cesena	Modena	Parma	Ravenna	Reggio Emilia	TOTALE
Nanotecnologie	7	-	-	1	1	1	1	11
Eco-innovazione e approvvigionamento sostenibile di materie prime	4	2	1	2	-	-	-	9
Efficientamento energetico	4	-	1	-	-	-	1	6
Trasporti	2	-	-	-	-	-	2	4
Biomarcatori e apparecchi medici diagnostici	2	-	-	-	1	-	-	3
Produzione e trattamento dei cibi	1	-	-	-	-	-	1	2
Idee innovative dirompenti	1	-	-	1	-	-	-	2
TOTALE	21	2	2	4	2	1	5	37

sultato di un ecosistema che garantisce supporto alle pmi interessate alla ricerca». Tra i progetti delle imprese emiliane su cui punta l'Europa si trova di tutto. Ci sono le startup che hanno bisogno di una spinta propulsiva (come la **Archon Technologies** di Spilamberto che produce software di ultima generazione) ma anche le aziende storiche, soprattutto della meccanica, che non smettono di reinventarsi per stare al passo. Tra queste c'è **Poggipolini** di San Lazzaro (Bologna), sessant'anni da leader nella meccanica di preci-

sione e unica azienda italiana arrivata alle fasi finali di Horizon (che prevedono un finanziamento fino a 2,5 milioni di euro) grazie al suo innovativo processo di produzione super-veloce di bulloni in titanio diretti all'industria automobili-

740

Milioni Sono le risorse per il biennio 2016-2017 messe a disposizione da Sme Instrument, il segmento di Horizon 2020 dedicato alle pmi

stica. Nel bolognese c'è anche la **Anderlini** di Zola Predosa, fondata nel 1954, che ha ricevuto 50.000 euro (e ne attende altri 900.000) per lo sviluppo di un nuovo sistema di verniciatura a zero impatto ambientale. In Valsamoggia c'è la **Varvel**, piccolo colosso delle nanotecnologie che con il progetto Smartgearbox produce scatole d'ingranaggi senza lubrificanti. Per questo ha ricevuto oltre un milione di euro. Ancora la bolognese **Cyanagen**, nata tredici anni fa con il sostegno dell'Università e del ministero dell'Istruzione, svi-

luppa con Biofoste nuovi sistemi di diagnosi delle osteoartriti. A lei sono stati destinati 50.000 euro. Grazie ai fondi europei cresce nel settore della plastica biodegradabile la **Bio-On**, società di San Giorgio di Piano che dall'anno scorso è quotata alla Borsa di Milano. Nel settore dell'edilizia tradizionale c'è la già citata Geet del gruppo Termal che ha ricevuto un milione di euro per Folcalstream, un avanguardistico cogeneratore di energia. Particolare attenzione è riservata a chi si occupa di sostenibilità ed ecologia. Così troviamo **Biosphere** di Cesena specializzata nella produzione di enzimi per l'industria farmaceutica, cosmetica e del food. **Plastical** di Granarolo dell'Emilia, che ha avuto 50.000 euro, si dedica allo stampaggio della plastica con uno speciale occhio di riguardo all'efficienza energetica. Ma per la maggior parte delle imprese il percorso verso l'Europa è appena iniziato.

Sensibilità

Particolare attenzione è stata riservata a chi si occupa di sostenibilità ed ecologia

Lo Sme Instrument infatti prevede tre fasi che ricalcano l'intero ciclo innovativo: valutazione della fattibilità tecnica e commerciale dell'idea (forfait di 50.000 euro di contributo), sviluppo del prototipo su scala industriale e prima applicazione sul mercato (finanziamento compreso tra 500.000 e 2,5 milioni di euro pari al 70% del costo del progetto), commercializzazione del prodotto innovativo (nessun finanziamento diretto ma supporto internazionale con misure di networking, formazione, coaching, mentoring e accesso al capitale privato). «L'innovazione delle singole imprese da sola non basta — avverte l'assessore regionale al Lavoro, scuola e ricerca, **Patrizio Bianchi** — bisogna fare una innovazione di sistema su tre livelli: fare in modo che i big data diventino una grande infrastruttura al servizio delle imprese, creare competenze, fare rete tra le imprese di tutta la filiera secondo le esigenze della nuova industria 4.0. La regione ci sta lavorando».

Ma sulla via Emilia il **patent box** ancora non sfonda

Solo 636 richieste presentate. Il consulente:
«I grandi affari li faranno soprattutto le big»

Cos'è

● Il decreto «Patent Box» introduce un regime opzionale di tassazione per i redditi derivanti dall'utilizzo di opere dell'ingegno, di brevetti industriali, di marchi, di disegni e modelli, nonché di processi, formule

● Possono esercitare l'opzione i soggetti titolari di reddito d'impresa

● L'opzione deve essere esercitata nella dichiarazione dei redditi relativa al primo periodo d'imposta per il quale si intende optare per la stessa

I Patent box non fa breccia tra le imprese della via Emilia. Il meccanismo della norma che consente di detassare il reddito derivante dall'utilizzo di beni immateriali, tra cui marchi, brevetti e il know-how, è troppo complesso. E così molti imprenditori dopo un primo tentativo di compilare la domanda hanno preferito rinunciare all'agevolazione.

In Emilia-Romagna, stando ai dati dell'Agenzia delle entrate, sono state 636 le richieste inviate su un totale nazionale di 4.498. Un dato che ne fa la terza regione in Italia dietro la Lombardia (1.240) e il Veneto (706). Però se si considera che nell'ultimo anno in regione sono state presentate 2.392 domande all'Ufficio italiano brevetti e marchi e di queste 2.211 sono state registrate, si può ipotizzare che tanti imprenditori o non sono poco informati della novità oppure hanno preferito semplicemente rinunciarvi. Analizzando il report dell'Agenzia delle entrate risulta che la maggior parte delle adesioni a livello nazionale (1.349) proviene da imprese con fatturati tra i 10 e i 50 milioni di euro. I principali beni finiti in patent box riguardano marchi (36%), know how (22%) e brevetti (18%). Un dato che non si discosta molto da quello emiliano-romagnolo dove le aziende nella fascia tra i 10 e i 50 milioni

di euro sono 199, mentre dai 50 agli oltre 300 milioni di euro sono 175. Son proprio queste ultime le candidate a beneficiare maggiormente della novità. Alcuni analisti finanziari, addirittura, si spingono a prevedere che colossi hi tech come Ima, Datalogic, Bonfiglioli, Coesia, Interpump, Comer o Marposs, ciascuna con centinaia di brevetti in cassaforte, potranno chiudere i bilanci 2016 con utili in crescita a due cifre solo per effetto del patent box.

«Non tutte le aziende possono però usufruire dell'agevolazione — spiega Patrizio Pollini, responsabile fiscale dell'associazione professionale Scoa, che segue diverse imprese nelle pratiche di patent box a livello regionale — e questo non perché ci sia un limite nella normativa ma per una questione legata ai ricavi. Infatti, il beneficio si produce per chi ha fatturati oltre i 10 milioni e che riesce a stabilire quanto sia il reddito prodotto dallo sfruttamento del loro bene immateriale. Potendolo così detassare».

Casistica

I beni finiti tutelati riguardano marchi (36%), know how (22%) e brevetti (18%)

Così in regione

DOMANDE DI ADESIONE AL PATENT BOX PRESENTATE



Fonte: Agenzia delle Entrate

DOMANDE PRESENTATE ALLE CAMERE DI COMMERCIO

Tipologia invenzioni EMILIA-ROMAGNA

416
Province
Bologna
Forlì
Modena
Parma
Piacenza
Ravenna
Reggio Emilia
Rimini

Tipologia disegni EMILIA-ROMAGNA

46
Province
Bologna
Ferrara
Forlì
Modena
Piacenza
Ravenna
Reggio Emilia
Rimini

Tipologia marchi EMILIA-ROMAGNA

1.844	
Province	
Bologna	505
Ferrara	233
Forlì	115
Modena	351
Parma	83
Piacenza	53
Ravenna	124
Reggio Emilia	185
Rimini	195

REGISTRAZIONI AVVENUTE

Tipologia innovazione EMILIA-ROMAGNA

457	
Province	
Bologna	2
Ferrara	
Forlì	
Modena	1
Parma	
Piacenza	
Ravenna	
Reggio Emilia	
Rimini	

Tipologia marchi EMILIA-ROMAGNA

1.641
Province
Bologna
Ferrara
Forlì
Modena
Parma
Piacenza
Ravenna
Reggio Emilia
Rimini

Tipologia disegni EMILIA-ROMAGNA

41
Province
Bologna
Ferrara
Forlì
Modena
Reggio Emilia
Rimini

MODELLI D'UTILITÀ

Tipologia marchi EMILIA-ROMAGNA

86	
Province	
Bologna	38
Ferrara	2
Forlì	3
Modena	12
Parma	7
Piacenza	8
Ravenna	8
Reggio Emilia	7
Rimini	1

Fonte: Ufficio Italiano brevetti e marchi dati del 2015 (aggiornati al 10 aprile 2016)

centimetri

Per capire meglio come funziona il patent box e il perché in molti casi, a causa della complessità del meccanismo, un'azienda preferisca rinunciare proviamo a fare un esempio. Ipotizziamo che un'impresa con un fatturato da 10 milioni di euro debba il suo 3% allo sfruttamento di un diritto immateriale. Il risultato è che quel bene genera un ricavo da 300.000 euro a cui vanno però sottratti 100.000 euro di costi per il mantenimento e lo sviluppo del diritto. Il totale è 200.000. Una volta estrapolato il reddito, che potrebbe finire sotto agevolazione, bisogna fare altri due passaggi. Il primo consiste nell'individuare le spese di ricerca e sviluppo sostenute in un arco di tempo determinato, il secondo è la definizione di un coefficiente di calcolo, detto «nexus ratio». Qui vanno indicate le spese sostenute per il mantenimento del

bene ed eventualmente quelle per l'acquisto da terzi. Se ad esempio in 4 anni un'azienda ha speso 10.000 euro all'anno per ricerca e sviluppo e ha solo questa, il 100% del reddito calcolato rientra nell'agevolazione e verrà abbattuto per una percentuale che oggi è del 40% e nel 2017 del 50%. Se invece si aggiungono anche le spese relative all'acquisto del bene immateriale l'agevolazione sarà la metà.

«Un procedimento molto complesso che culmina poi nell'interpello con l'Agenzia delle entrate — continua Pollini — in cui viene valutata l'effettiva rispondenza della domanda ai requisiti. C'è da dire però che in presenza di un reale valore del diritto immateriale, resta comunque un'opportunità da non sottovalutare».

Dino Collazzo
© RIPRODUZIONE RISERVATA

Anderlini

Il super verniciatore che attende di passare alla seconda fase

«L'innovazione è uno status, è una logica mentale, è nel Dna».

E ancora: «La capacità di cambiare è la marcia necessaria per affrontare i problemi, che non devono essere un ostacolo ma un'opportunità». Andrea Anderlini è il titolare della Anderlini di Zola Predosa, figlio del fondatore Ugo, è al timone di un'azienda piccola (20 dipendenti) ma leader nella meccanica da sei decenni: 2,8 milioni di fatturato e un milione di pezzi prodotti ogni anno nel comparto dei motori tubolari (che servono a movimentare tendoni e serrande). «Un caso anomalo», lo definisce. Certamente un caso emiliano. Che è finito sotto la lente dell'Ue che per il business plan del progetto «Prenanocoat» per il quale la società ha già ricevuto 50.000 euro e ora incrocia le dita per la fase 2 di Horizon 2020: quella che dovrebbe portarle altri 900.000 euro necessari allo sviluppo del prodotto. Soldi che coprirebbero il 70% del costo di produzione.

«Chi presenta i propri progetti all'Europa ha spesso un'idea davvero innovativa, ma



Titolare Andrea Anderlini

non ha ancora mercato. Noi il mercato lo abbiamo da 62 anni, così ci siamo lanciati». L'azienda ha ideato un impianto innovativo per la verniciatura a polvere. «Noi ne siamo grossi utilizzatori — dice Anderlini — e vorremmo portare all'interno il processo». L'obiettivo non è soltanto di natura economica. «Gli impianti di verniciatura sul mercato sono ad alto impatto energetico — spiega — basati su una tecnologia vecchia che in 40 anni non si è ancora innovata». Fino agli anni '90 la società bolognese realizzava soltanto componenti per carburatori, poi diventati obsoleti. Ora ha fra i suoi clienti anche Ima, Bonfiglioli, Vrm e Magneti Marelli. Con la consulenza dell'Anver (l'associazione dei verniciatori industriali) Anderlini ha messo a punto un macchinario rivoluzionario che ha già trovato nella milanese Ng Impianti il partner per la produzione. «L'impianto è il 25% più compatto rispetto a quelli tradizionali — descrive l'imprenditore — consuma la metà, è a impatto ambientale zero, è completamente automatizzato ed è sicuro per i lavoratori». Ma per produrlo servono denari. Parecchi: quelli che arriverebbero da Horizon. Bisogna aspettare: «È come se avessi preso la laurea — scherza Anderlini — ma non ho ancora la borsa di studio».

M. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Due milioni ai **bulloni** in titanio di Poggipolini

Un progetto rivolto all'automotive. Il manager: «Benefici per l'indotto e l'occupazione»

Tra le quattro pmi che hanno vinto i finanziamenti della fase due di Horizon 2020, una è bolognese. Si tratta della Poggipolini srl, azienda di San Lazzaro con oltre sessant'anni di storia: «L'ha fondata nel 1950 mio nonno Calisto — racconta Michele Poggipolini, responsabile commerciale — E negli anni '70 abbiamo iniziato a produrre le viti in titanio». Viti che oggi finiscono nei motori di elicotteri, moto da corsa, macchine da Formula Uno e supercar. E presto saranno utilizzate anche per auto molto meno costose, visto che il finanziamento da circa due milioni di euro permetterà all'azienda di produrle a un prezzo competitivo: «Ci stiamo lavorando da quattro anni. Abbiamo voluto permettere ai nostri clienti, come Fiat e Volkswagen, di pensare che la vite in titanio può essere impiegata per volumi più alti e budget più bassi», spiega ancora Poggipolini.

Oggi l'azienda impiega 65 dipendenti, ma con questa nuova tecnologia potrebbero aumen-

tare: «Questa è una nuova linea, va a complementare il nostro prodotto. Possiamo entrare su nuovi mercati e questo farà crescere l'occupazione da noi ma anche nell'indotto». Fino a pochi anni fa, l'impresa lavorava quasi esclusivamente per la Formula Uno, in cui era entrata nel 1984: «Ancora oggi — racconta Poggipolini — riforniamo tutte le scuderie principali. Nel 2009, l'80% del nostro business lo faceva la Formula Uno. Ma nel 2010 sono entrate in vigore regole nuove sul contenimento dei costi, come quelle sul limite ai motori da utilizzare in una stagione. In un anno abbiamo perso il 60% del nostro fatturato e abbiamo cominciato a trasferire le nostre competenze su altri settori». Settori come l'aeronautica e le supercar, che l'azienda frequentava già, visto che dal 1996 fornisce pezzi per gli elicotteri Agusta e dal 2004 lavora con Ferrari, Lamborghini, Bugatti, McLaren e Porsche.

Ma le priorità sono cambiate: «Nel 2015 il fatturato, 12 milioni con un aumento dell'80% rispetto al 2010, è arrivato al 50%



Eredità
Michele Poggipolini, direttore commerciale e business development e nipote di Calisto, il fondatore dell'azienda, nata nel 1950 alle porte di Bologna

dall'aeronautica, al 35% dall'automotive e al 15% dal motorsport: non solo Formula Uno, ma anche Moto Gp e Le Mans. Il 70% dei ricavi arriva dalle viti critiche in titanio e leghe speciali, l'altro 30% dalle lavorazioni meccaniche». Vincere un finanziamento come Horizon 2020 non è semplice: «Uno può anche avere il progetto più in-

teressante del mondo, ma se non lo presenta bene è molto probabile che non vinca. Bisogna scegliere i consulenti più all'altezza per aggiudicarsi il podio: due anni fa Unindustria ci ha presentato un partner molto qualificato, Inspiralia, che è stato fondamentale».

Intanto la ricerca prosegue, anche in collaborazione con

enti pubblici come il Dipartimento di Ingegneria dell'Università di Bologna: «Per combattere nel mercato, che è molto competitivo, dobbiamo per forza puntare sull'innovazione. Quindi dobbiamo interagire e collaborare con il nostro territorio».

Riccardo Rimondi
© RIPRODUZIONE RISERVATA

VETRO AUTO®

RIPARAZIONE • SOSTITUZIONE • OSCURAMENTO

SCONTO
30%
SUL VETRO*



**VETRO ROTTO ?
NO PROBLEM !**

RIPARAZIONE ENTRO 24H

SUCCESSIVE ALL'ACCETTAZIONE DELLA NOSTRA PROPOSTA DI PREVENTIVO

SOSTITUZIONE IN 1ORA

AUTO SOSTITUTIVA GRATIS, OPPURE SERVIZIO DOMICILIO GRATUITO

QUALITÀ 100% ORIGINALE

LAVORIAMO ESCLUSIVAMENTE CON MATERIALI DI PRIMO IMPIANTO

GRATIS CON POLIZZA

QUALSIASI COMPAGNIA ASSICURATIVA, RIMBORSO TOTALE SPESE

VETRO AUTO®

Presso i nostri centri potrai anche effettuare i servizi di:

- **OSCURAMENTO VETRI**
- **CAR WRAPPING**
- **LUCIDATURA FANALI**
- **LUCIDATURA CARROZZERIA**
- **RICARICA ARIA CONDIZIONATA**
- **LAVAGGIO INTERNI AUTO**



www.centrivetroauto.it

Numero Verde

800-374837

*Lo sconto è calcolato sul prezzo del comparativo originale

L'INTERVISTA

Massimo Ferretti

Il gruppo Aeffe investe sul lungo periodo: assunzioni nel made to order e online, prototipi in 3d con avatar al posto delle modelle e 20 nuove aperture nel 2016



«Meno utili? È per crescere»

Chi è

Massimo Ferretti nasce a Cattolica (Rimini) il 6 aprile 1956. Negli anni '80 fonda con la sorella Alberta, Aeffe, società in cui riveste la carica di presidente. È anche membro del consiglio direttivo della Camera nazionale della moda italiana

di **Andrea Rinaldi**

Presidente Ferretti, nel vostro reparto modellistica state incominciando a usare la prototipazione 3d. Avatar al posto di modelle. Cosa vi prefiggiate con questo cambiamento rivoluzionario?

«Il designer parte da un'ispirazione quando realizza uno schizzo, ma capirne le evoluzioni è complesso. Con questo strumento siamo nelle condizioni di avere un'idea del prodotto finale e di snellire la ricerca accorciando così i processi di sviluppo delle collezioni».

Arriverete a vendere abiti su misura?

«È un progetto che abbiamo già avviato. Siamo già in grado di scansionare un corpo umano per renderlo virtuale e successivamente elaborarne l'abito».

Quali strategie adotterà il vostro gruppo per le prossime stagioni?

«Andiamo per ordine di brand. Alberta Ferretti ha avuto un cambiamento strategico importante. Si è scissa la direzione creativa da quella di Philosophy e abbiamo introdotto una "Limited Edition", con un tipo di ricerca vicina a quella dell'alta moda, che stiamo ampliando con "made-to-order" per una cliente sofisticata, che cerca qualcosa oltre al pret-a-porter. Questa è una strategia che si è dimostrata vincente. Per quanto riguarda Philosophy abbiamo trovato in Lorenzo Serafini, stilista romagnolo, la persona adatta a questo progetto: dopo il suo arrivo, abbiamo fatto un upgrade e ora distribuiamo la collezione nei migliori punti vendita, da Barneys' a New York a Selfridges a Londra, a Bon Marché a Parigi».

E gli altri?

«Moschino da due anni è sotto la direzione creativa di Jeremy Scott ed è il brand che ha maggior impatto sui conti aziendali. Il Wall Street Journal lo ha definito, assieme a Gucci e Prada, uno dei marchi più importanti della Milan Fashion Week 2016. Pur avendo radici americane e un approccio street, lo stilista condivide con Franco Moschino l'ironia e l'attitudine couture. Il museo di arte contemporanea di Dallas nel 2017 dedicherà a Jeremy una retrospettiva. Il 10 giugno sfileremo a Los Angeles con la collezione Uomo e la pre-collezione Donna. Nella prima settimana di giugno apriremo anche una nuova boutique di 800 metri quadri a Milano in via Sant'Andrea. Con Cédric Charlier il 7 giugno a New York sfileremo per la prima volta con

la collezione main e pre-collezione insieme. Pollini è un'azienda del gruppo che si occupa della produzione degli accessori di tutti brand di Aeffe. Ermio Cerbone è il direttore creativo della linea Pollini, che ha incorporato la seconda linea "Studio Pollini"».

A proposito di punti vendita, nuove inaugurazioni all'orizzonte?

«Nel 2016 ci saranno 20 nuove aperture in franchising principalmente nel Middle East e Far East, oltre alla boutique Moschino di Milano che sarà a gestione diretta».

Ci sarà dunque un allargamento della forza lavoro?

«Ora in Aeffe impieghiamo 1.300 dipendenti a livello di gruppo. La nostra crescita di fatturato avrà un impatto positivo sull'indotto. Prevediamo nuove assunzioni soprattutto nel made-to-order, oltre che all'area digital e web».

L'e-commerce sta cambiando il mondo della moda. Molti marchi stringono alleanze con colossi delle vendite online.



Aeffe è nata in Romagna e siamo saldi sul territorio. Tuttavia il mondo è la nostra area di sviluppo. Con Cédric Charlier il 7 giugno a New York sfileremo per la prima volta con la collezione main e pre-collezione insieme

«È uno dei canali distributivi su cui stiamo puntando per crescere e nel quale abbiamo creduto sin da subito. La prima boutique online l'abbiamo aperta nel 2009 con Yoox e tra i primi clienti online annoveriamo Net-A-Porter. Ciò detto, oggi tutti i maggiori clienti hanno attivato l'e-commerce, per esempio Nordstrom, Luisa Via Roma. Per noi rappresenta il 7% del nostro turnover e crescerà».

Cosa pensa dell'uso massiccio di Instagram come vetrina per acquisti?

«Instagram si indirizza al pubblico finale: da un lato brucia i tempi dell'acquisto, ma crea anche attesa. Mi riaccerai al concetto del "see now e buy now o buy later": con Moschino dal 2014 per la collezione ispirata a Mc Donald's, abbiamo concepito una capsule disponibile 24 ore dopo la sfilata.

Per certi fashion victim la possibilità di acquistare immediatamente è un plus, ma questo non può riguardare l'intera collezione: il luxury deve rispettare specifici tempi di produzione e di consegna. E penso che così dovrà rimanere».

Nel bilancio 2015 la redditività di Aeffe è in calo e la Borsa non vi ha premiato. Cosa è successo?

«Molte volte la visione di chi opera in Borsa è diversa da quella dell'imprenditore. Oggi per l'azienda è importante creare ricchezza e programmare una crescita oculata: la storia del film "Prendi i soldi e scappa" non fa parte della mia mentalità di imprenditore. È vero che la redditività è calata, ma abbiamo investito tanto e questo sta pagando, perché cresciamo. Inoltre, gli eventi in Cina hanno contribuito a ridimensionare le valutazioni del lusso, eppure noi in quel Paese cresciamo. Dunque vogliamo continuare a espanderci mantenendo inalterato valore, know-how e capacità di attrarre stilisti nuovi in quanto dà valore aggiunto all'impresa. Anche se può andare a discapito della redditività nel breve termine».

C'è grande fermento nel mondo del fashion, molti stilisti si spostano da un brand all'altro. Voi confermate la fiducia nei vostri direttori creativi?

«Certo che la confermiamo. Non condivido questi continui cambiamenti. Snaturare un marchio cambiando il designer non fa bene alla moda. La maison non è una squadra di calcio. Radici e cultura sono una cosa importante per il nostro settore, il nostro lavoro non va confuso con quello di altri settori industriali».

Dall'8 aprile in Cina sono cambiate le regole di tassazione per lo shopping online di prodotti esteri. Una scelta che vuole disincentivare il mercato del parallelo e del "daigou", aumentando i prezzi dei prodotti, in special modo di lusso. Che non sarebbero così più competitivi.

«Questi aspetti che riguardano la Cina non devono spaventare, ma sono degni di attenzione. Quello che dice è vero, però non si dimentichi che a fine dicembre la riduzione dei dazi sui prodotti di lusso importati serviva a bilanciare l'acquisto all'estero. Quindi monitoreremo questa novità che potrebbe essere l'ennesima misura di riequilibrio».

Guarderete sempre di più all'estero?

«Aeffe è nata in Romagna e siamo saldi sul territorio. Tuttavia il mondo è la nostra area di sviluppo».

L'azienda

La storia

La società nata a Rimini con marchi internazionali come Moschino e Pollini

Un'azienda nata nel distretto del tessile riminese che in 30 anni ha saputo conquistarsi piano piano la ribalta e le passerelle, passando per la Borsa e diventando big del luxury conosciuto a Est come a Ovest dell'Europa. Il gruppo Aeffe, oggi sinonimo di Moschino o Pollini, in realtà ha in pancia tanti altri brand e viaggia intorno ai 268 milioni di euro di fatturato (questo l'ammontare dei ricavi consolidati approvati per il 2015, +7% a cambi correnti rispetto al 2014, con Ebitda pari a 19,3 milioni e utili a 1,5). La società romagnola è infatti caratterizzata da una strategia multi-marca e annovera nel proprio portafoglio marchi noti a livello internazionale, sia di proprietà (tra cui Alberta Ferretti, Philosophy di Lorenzo Serafini, Moschino e Pollini appunto), che in licenza (tra cui Jeremy Scott e Cédric Charlier).

A fondarla nel 1980 a San Giovanni in Marignano (Rimini) sono i fratelli Alberta (stilista e oggi vicepresidente) e Massimo Ferretti (presidente del gruppo). Un anno dopo Alberta debutterà a Milano con una propria collezione dalle linee essenziali e discrete. Oggi rappresenta il top luxury brand della maison riminese e comprende una collezione di pret-à-porter, la Demi-Couture denominata Limited Edition ed Alberta Ferretti Forever dedicata alla Sposa. La collezione Philosophy nasce invece nel 1984 come linea giovane del brand Alberta Ferretti. Già da alcuni anni la stilista ne ha delegato la direzione creativa affidandola alla direzione di Lorenzo Serafini dall'Autunno/Inverno 2015. Il brand Moschino, fondato da Franco Moschino nel 1983 e fin dagli esordi prodotto e distribuito da Aeffe, è stato acquisito con una quota di maggioranza del 70% nel 1999 e dall'autunno/inverno 2014 è stato affidato allo stilista americano Jeremy Scott (scelta azzeccata visto che lo scorso febbraio il Wall Street Journal lo ha definito brand-chiave della settimana della moda milanese insieme a Prada e Gucci). Tra gli anni '90 e 2000 i fratelli Ferretti cominciano a guardare oltre gli italici confini e a crescere: nel '94 inaugura la propria sede milanese in via Donizetti; di lì a due anni, vengono aperti gli uffici della filiale americana Aeffe Usa e nel 2002 quelli di Aeffe France in rue du Faubourg St. Honoré a Parigi. Nel 2001 viene acquisito Pollini, brand italiano della pelletteria nato nel 1953, affidato alla creatività di Ermio Cerbone nel 2007 avviene il debutto a Piazza Affari nel segmento Star. Cédric Charlier, stilista belga formatosi a Parigi, lancia la collezione epinima con Aeffe nell'Autunno/Inverno 2012 sulle passerelle parigine. A partire dalla P/E 2017 Cédric Charlier innoverà la propria offerta presentando un'unica collezione che incorpora Main e Pre-collection con debutto a New York a giugno 2016.

A. Rin.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TERRITORI E CITTÀ

Cento milioni di euro per un investimento che creerà fino a 500 posti di lavoro e un giro d'affari di almeno 200 milioni annui. In un'area, anzi uno Stato, San Marino, dove la disoccupazione è salita al 9% e l'economia ha perso il 25% dal 2007. Eppure il progetto del nuovo outlet «The Market», che da solo potrebbe contribuire al 10% del Pil del Titano e rianimare il turismo di tutto il riminese, Aeroporto compreso, è ostaggio della sindrome Nimby. Il 15 maggio, infatti, i sanmarinesi saranno chiamati a votare per un referendum che mira ad abolire la legge urbanistica che trasforma l'area di Rovereta, dove sorgerà «The Market», da parco a sito commerciale. Dal risultato dipenderà l'avvio dei lavori, che nei piani dei promotori dovrebbero concludersi nel 2019. Il progetto ha finanziatori e sponsor eccellenti: il Gruppo Borletti, con precedenti alla Rinascenza e alla parigina Printemps e Dea Real Estate che ha già al suo attivo, tra gli altri, gli outlet di Serravalle, Fidenza e Barberino e un pedigree di tutto rispetto come consulente dei colossi McArthur Glenn e Value Retail.

Mercoledì scorso si sono mobilitati tutti, a partire dallo stesso Maurizio Borletti, per spiegare alla popolazione del Titano che «The Market» si candida ad essere un volano d'affari per un territorio vasto almeno come tutta la Riviera. Settantacinquemila metri quadrati di superficie coperta, 100 negozi, un baci-



Platea La presentazione del progetto a San Marino. Il terzo da sinistra è Paolo De Spirt; quello sul podio è Maurizio Borletti

Outlet, l'occasione del Titano

Borletti lancia un progetto da 100 milioni per riportare il turismo dello shopping a San Marino, ma un referendum può bloccarlo

no d'utenza, fra residenti e turisti, di oltre 9 milioni di persone. I visitatori attesi ogni anno sono due milioni, ma queste, come i ricavi attesi, sono solo previsioni ricavate dai dati medi degli altri 24 impianti già presenti in Italia. «In realtà — spiega il managing partner di Borletti Paolo De Spirt — «The Market» ha potenzialità ancora superiori. Sap-

piamo per esempio che l'Aeroporto di Rimini, prima del fallimento, è arrivato a contare fino a 30 voli giornalieri dalla Russia: si tratta di un turismo finalizzato allo shopping che potrebbe resuscitare con una meta come il nostro outlet. In tutto il mondo, ormai, i grandi poli dello shopping rappresentano di per sé una meta del turismo orga-

nizzato e infatti molti tour operator russi o asiatici pianificano voli charter dedicati».

Dunque il referendum di domenica prossima può rappresentare uno spartiacque per l'economia di tutta l'area e non solo per i 33.000 elettori del Titano chiamati a deciderne le sorti. In caso di vittoria del «no», spiega De Spirt, non esi-

ste una soluzione B entro i confini di San Marino. «Abbiamo altre ipotesi, per il momento nemmeno prese in considerazione, sempre tra Rimini e Pesaro che è l'unico territorio ancora appetibile per un investimento del genere. Però — prosegue De Spirt — su «The Market» abbiamo già speso tre anni di lavoro di un team di progettazione di

50 persone; se vincessimo il no andrebbe completamente perduto».

La location sanmarinese non piace solo al gruppo Borletti. Ancor prima della posa della «prima pietra», infatti, i candidati ad occupare gli spazi commerciali fanno già la fila. In parte per i vantaggi fiscali — Iva all'8% per i primi sei anni e al 17% successivamente, contro il 22% in Italia — in parte per le potenzialità future. Secondo i

Indotto

Si stima che il centro potrà portare 200 milioni di giro d'affari e 500 posti di lavoro

piani dei promotori, il primo lotto di 70 negozi (più due grandi superfici per un iper alimentare e per un multimarca) è già prenotato al 50%. Servirà a mettere a punto il brand. «Puntiamo non sul lusso estremo, ma sui marchi del fashion con più spiccata proiezione internazionale. In base ai primi risultati sarà completato un secondo lotto di 30 negozi che assegneremo a chi meglio si inserisce nell'immagine complessiva della nostra realizzazione». E a chi nel Titano parla di ecomostro, mercoledì sera sono stati mostrati progetti avveniristici, curati dagli architetti specializzati dello studio One Works.

Massimo Degli Esposti
© RIPRODUZIONE RISERVATA

GRATIS

Invito ALLA PROVA

CONSEGNANDO L'INVITO ALLA PROVA POTRETE USUFRUIRE DI PARTICOLARI CONDIZIONI DI ACQUISTO

MAICO UDITO sereno

PROGRAMMA UDITO sereno

Da inviare compilato a Emilfon, Piazza dei Martiri 1/2 (BO) Tel. Numero Verde 800-213330 o consegnare compilato al centro Maico più vicino

MAICO Centri acustici

GRATIS INVITO ALLA PROVA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI MAICO.

LA PRESENTE PER CHIEDERVI LA PROVA GRATUITA DEI NUOVI APPARECCHI ACUSTICI PRESSO LA FILIALE MAICO DELLA MIA CITTÀ, SENZA NESSUN OBBLIGO NÉ IMPEGNO DA PARTE MIA.

☐ Presso la nostra filiale

☐ Richiedo la prova gratuita direttamente a casa mia.

NOME _____

COGNOME _____

INDIRIZZO _____

CAP _____ CITTÀ _____

TELEFONO _____ ETÀ _____

PROFESSIONE _____

QUESTO MESE ANCORA PIU' CONVENIENTE

Cell. 347-2693518

NUMEROVERDE 800-213330

MAICO

BOLOGNA
Piazza dei Martiri, 1/2
Tel. 051 249140 - 248718 - 240794

BOLOGNA
Via Mengoli, 34 (di fianco alla Asl)
Tel. 051 304656

BOLOGNA
Via Emilia Ponente, 16/2
Tel. 051 310523

BOLOGNA
San Lazzaro Di Savena
Via Emilia, 251/D
Tel. 051 452619

ADRIA
Corso Mazzini, 78
Tel. 0425 908283

CARPI
Via Fassi, 52/56
Tel. 059 683335

CASTELFRANCO EMILIA
Corso Martiri 124
Tel. 059-928950

CENTO
Corso Guercino, 35 (Corte del teatro)
Tel. 051 903550

CESENA
Via Finali, 6 (Palazzo Barriera)
Tel. 0547 21573

FAENZA
Via Oberdan, 38/A (di fronte al parco)
Tel. 0546 621027

FERRARA
Piazza Castello, 6
Tel. 0532 202140

FORLI'
Via Regnoli, 101
Tel. 0543 35984

MODENA
V.le Menotti, 15-17-19 (Ang. L.go Garibaldi)
Tel. 059 239152

MODENA
Via Giardini, 11
Tel. 059 245060

RAVENNA
Piazza Kennedy, 24 (Galleria Rasponi)
Tel. 0544 35366

REGGIO EMILIA
Viale Timavo, 87/D
Tel. 0522 453285

RIMINI
Via Gambalunga, 67
Tel. 0541 54295

ROVIGO
Corso del Popolo, 357 (angolo Via Toti)
Tel. 0425 27172

SASSUOLO
Viale Gramsci, 15/A
Tel. 0536 884860

MONOPOLI

Cocchi, dopo una vita in Carpigiani ora lavora a una **hi-tech** company

Con la sua Arethé l'ex ad fornisce componenti per Iter e Cern di Ginevra

di Massimo Degli Esposti



Ho vestito i panni dell'imprenditore perché sono convinto che l'Emilia-Romagna, abbia un potenziale tecnologico immenso e in parte ancora inespresso



Arethé deve diventare un gruppo elettromeccanico di eccellenze hi-tech, specializzate in alcune nicchie di mercato dove essere primi al mondo

Dicono che la vita cominci a 40 anni. Quella di Gino Cocchi imprenditore, invece, è cominciata abbondantemente dopo la fatidica data della pensione post «riforma Fornero», a 70 anni esatti.

Era il 2010 e **Arethé & Cocchi Technologies**, il suo gruppo appena fondato, debuttava sulla scena industriale bolognese con la prima acquisizione. Oggi occupa 350 dipendenti, conta una mezza dozzina di aziende, fattura poco meno di 100 milioni. È un fornitore chiave di sofisticati componenti per l'acceleratore di particelle del **Cern** di Ginevra, per il progetto sperimentale internazionale **Iter**, la prima centrale al mondo a fusione nucleare, per i maggiori aeroporti internazionali. Nella vita precedente Cocchi era stato un grande manager. Era salito al comando dell'azienda metalmeccanica bolognese **Sassi** men che trentenne, poi aveva resuscitato la **Cattabriga**, e infine pilotato a una nuova giovinezza la «gloriosa macchina da utili» **Carpigiani**, prima sotto l'ombrello protettivo del fondatore Poerio Carpigiani, poi, dal '90, con il nuovo proprietario **Luciano Berti** e il suo gruppo **Ali**. Di quell'esperienza da top manager durata quasi mezzo secolo non ha mai dimenticato una lezione: «Me la diede il vecchio Poerio nel 1971 quando mi consegnò il timone della Cattabriga che aveva appena rilevato dal fallimento. Produceva macchine da gelateria dal 1927 ed era il principale concorrente della sua Carpigiani. La rimetta in piedi, mi disse, mi faccia tutta la concorrenza che vuole, perché altrimenti i miei si convincono di avercela fatta e quello è l'inizio della fine».

In Arethé Cocchi ha applicato la regola alla lettera. Ogni azienda, pur controllata al 100% dalla holding di Cocchi, ha un capo, una



Seconda vita Gino Cocchi, fondatore di Arethé & Cocchi Technologies, nella sua azienda

missione, una strategia autonoma e due obblighi: investire in ricerca e sviluppo almeno il 10% dei ricavi e chiudere i bilanci in nero. Al centro, l'azionista Arethé & Cocchi Technologies è solo un team di supporto e indirizza. Si occupa di finanza, controllo di gestione, consulenza sulle risorse umane e sui processi industriali. Per tutto il resto le singole aziende devono arrangiarsi. L'obiettivo immediato è superare la soglia dei 100 milioni di fatturato.

«Quando li supereremo, e sarà molto presto, farò una grande festa. Ma fino ad allora, si lavora a testa bassa» dice con un sorriso sbrigativo, lasciando la sede di Confindustria Emilia-Romagna dove ci ha ricevuto e dove guida il Comitato internazionale, per scappare in fabbrica, a Crespellano. Altre due società del gruppo hanno sede nel Ferrarese, un'altra a Bologna, una in Francia e una a Chicago. La «nave ammiraglia» è la **Ocem**, rilevata dal fallimento a metà del 2011. La divisione

Power Electronics, sede a Bologna, è un'eccellenza mondiale negli alimentatori ad altissima potenza; a lei fanno capo le commesse del Cern e quella da 20 milioni per i super magneti che terranno in sospensione magnetica il plasma in fusione nell'Iter in costruzione a Cadarache, in Francia. L'altra divisione, **Ocem Airfield Technology** deriva dall'acquisizione della divisione di **Buini e Grandi** specializzata in sistemi di illuminazione per aviazione. Con l'americana **Multi Electric**, la francese **Augier** e la **Its** cinese ha appena ultimato il sistema di guida luminosa a led delle piste dell'aeroporto di Chicago. Sempre Augier è leader mondiale nei sistemi di trasporto a breve raggio dell'energia elettrica ad alta tensione. È anch'essa fornitrice di Cern e ha realizzato l'impianto per il settimo ponte sul Fiume delle Perle, in Guandong. Ancora la startup **Priatherm**, a Ferrara, produce sistemi di raffreddamento per l'elettronica di potenza, la **Algotex** di Bologna iniettori plotters

per la stampa dei tessuti e la **Ctpack**, con i marchi Mopa, Vortex, Otem e Karton, produce fra Ferrara e la Germania macchine automatiche per il soft packaging alimentare e i «frozen deserts». Arethé, insomma, è già una mini multinazionale.

«Ho deciso di indossare i panni dell'imprenditore — spiega Cocchi — perché sono convinto che la nostra terra, l'Emilia-Romagna, abbia un potenziale tecnologico immenso e in parte ancora inespresso. Per valorizzarlo occorre mettere assieme le forze, trovando punti di contatto tra saperi che si intrecciano e possono collaborare tra loro. Nella mia testa Arethé deve diventare un gruppo elettromeccanico di eccellenze hi-tech, specializzate in alcune nicchie di mercato dove essere primi al mondo. Solo così possiamo garantire alle aziende un futuro vincente nella competizione globale e lasciare ai nostri eredi qualcosa in più di quello che abbiamo trovato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Mercato dei capitali

Crescita e rendimenti

Nasce IPO Club con 150 milioni
Azimut lancia il fondo chiuso che tragherà le Pmi verso la quotazione in Borsa

Il nome, IPO Club, dice già quasi tutto sul nuovo strumento finanziario lanciato da Azimut, il primo gruppo indipendente italiano di gestione del risparmio con 37 miliardi di patrimonio. Parliamo infatti di un Fondo chiuso dedicato alle Pmi intenzionate a quotarsi. Creato dalla controllata Azimut Global Counseling e dalla banca di investimento Electa di Simone Strocchi, punta a raccogliere 150 milioni da investitori istituzionali e retail con una soglia minima di ingresso, però, di 500.000 euro. Li impiegherà per costituire «prebooking companies», vale a dire società veicolo con le quali entrare in piccole e medie aziende pronte a debuttare in Borsa. Di ogni società veicolo IPO Club deterrà il 30%, mentre il restante 70% sarà raccolto tra investitori qualificati interessati all'operazione. Nelle intenzioni di Pietro Giuliani, fondatore di Azimut, sarà così possibile convogliare verso l'economia reale circa 450 milioni di euro da utilizzare immediatamente per nuovi investimenti e sviluppo del business, mentre i sottoscrittori del Fondo rientreranno del loro investimento attraverso le plusvalenze realizzate al momento della quotazione. L'obiettivo è un rendimento medio annuo del 10% nei sette anni di durata del fondo, su una decina di operazioni ipotizzate. Si tratta in sostanza di replicare in modo seriale il modello della



Presidente Pietro Giuliani, fondatore di Azimut

Spac che fin ha avuto importanti successi. Azimut calcola che in Italia vi siano 30.000 imprese con fatturati compresi tra i 10 e i 300 milioni, gran parte delle quali potenzialmente «quotabili». IPO Club nasce nell'ambito del progetto «Libera impresa» voluto da Giuliani nel 2014. In due anni ha raccolto 250 milioni e ne ha già investiti 100 in 155 aziende. Per Paolo Martini, condirettore generale di Azimut Holding, IPO Club «rappresenta per le aziende un percorso alternativo e diretto di accesso al mercato dei capitali; per gli investitori, in un contesto di tassi zero, un'opportunità di rendimento e di diversificazione nell'economia reale».

M. D. E.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Con Piero Ferrari il **tricolore** non sbiadisce sugli yacht di Ferretti group

Il figlio del Drake si prende il 13,2% del colosso romagnolo della nautica. A guidarlo c'è il genero Alberto Galassi

Motori di terra, di aria e ora pure di mare. Gli yacht della Ferretti tornano per un pezzetto in mani tricolori grazie a Piero Ferrari: custode del 10% del Cavallino, e già alla cloche della ligure Piaggio Aero, il figlio del Drake presiede il Comitato di prodotto della holding nautica di Forlì. Ora è salito fino al cda, acquisendo, tramite la cassaforte di famiglia F Investments Sa, il 13,2% del capitale. La maggioranza resta a Weichai, produttore di motori diesel in quella Cina che per Ferretti è un mercato vitale al pari degli Stati Uniti.

Nel 2015, segnato dal lancio di sei nuovi modelli, il valore della produzione è cresciuto a 430 milioni di euro (+23%), riportando l'Ebitda in positivo per 7 milioni, mentre il segno rosso aveva dominato sia nei quattro esercizi precedenti sia

nello stesso budget previsionale.

Erano a malapena gli anni '70, quando i fratelli Alessandro e Norberto Ferretti, già concessionari di auto di lusso, nonché delle barche statunitensi Chris Craft, decisero di creare da soli un polo nautico a due teste, tra Forlì e Cattolica. Negli anni '90 iniziò l'espansione per linee esterne, con l'acquisto di Pershing e dell'americana Bertram, quest'ultima rivenduta nel 2015 a Baglietto. Grazie a un carnet di marchi che comprende Itama, Riva, Mochi Craft, Crn e Custom Line, si sarebbe oggi arrivati a sei cantieri, tutti italiani, e circa 2.000 dipendenti. All'alba del nuovo millennio, la breve liaison con la Borsa: l'azienda fu delistata grazie a Permira, fondo affezionato alle multinazionali famigliari della via Emilia, e a un gruppo di manager.



Espansione Alberto Galassi, (primo da destra), ad Ferretti Group, all'inaugurazione del nuovo centro per la produzione diretta di vetroresina a Forlì

Furono sempre il management e un manipolo di creditori a coadiuvare il grande ritorno di patron Norberto, in un'annata 2009 nella quale, tuttavia, la nautica diveniva uno dei distretti italiani più esposti alla grande recessione. I vistosi cali del fatturato significavano tensioni finanziarie allarmanti, con circa 600 milioni di debito: di oltre metà si fece accolto Weichai, controllata dallo Stato cinese, rilevando così il 75% del gruppo a fine 2011. Norberto passò quindi il timone a Ferruccio Rossi, poi finito ai concorrenti della San Lorenzo, peraltro tradizionale fornitore di Piero Ferrari. In un avvincente risikio degli yacht, nel 2014 è stato proprio il genero di Piero, Alberto Galassi, a prendere le redini di Ferretti.

Dopo aver dimezzato la perdita netta a 29 milioni lo scorso anno, Galassi ora pregusta, as-

sieme al presidente Tan Xu-guang, il ritorno all'utile, stimato a 5 milioni per il solo primo trimestre. Nel quale il gruppo è tornato a sfornare in proprio i materiali per le imbarcazioni: smentite le voci di una progressiva dismissione del polo di Forlì, lo ha anzi ampliato con un centro per la produzione di vetroresina da 2.400 metri quadrati. Quindi ha diversificato oltre le imbarcazioni da diporto, con la nascita della divisione Security&Defence, che fornirà a forze dell'ordine e militari unità navali in composito, acciaio e alluminio: il primo varo è atteso in estate. In Formula 1, la felice triangolazione tra Maranello, Romagna e Cina ha intanto portato come sponsor, sulle monoposto e sui caschi del Cavallino, gli yacht di Riva e lo stesso marchio Weichai.

Nicola Tedeschi

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al'origine della filiera agricola italiana.



IL PROGRAMMA

LUNEDÌ
09
MAGGIO

Ore 11,00

LA "FORMA" DELLA BENEFICENZA

Taglio della forma di Parmigiano Reggiano e asta benefica di extravecchio a favore di "Focsiv" per sostenere l'agricoltura familiare nei paesi del terzo mondo

Ore 13,00

COOKING SHOW: dalla pasta di grano duro tutta italiana ai funghi bio

MARTEDÌ
10
MAGGIO

Ore 10,00

MOSTRA DEI VINI DELL'EMILIA ROMAGNA ottenuti da vitigni locali salvati dall'estinzione grazie alla cura e all'impegno dei viticoltori

Ore 11,00

TAGLIO DELLA FORMA di Parmigiano Reggiano di Vacche Rosse

Ore 12,30

COOKING SHOW: dal riso italiano alla frutta di Romagna

MERCOLEDÌ
11
MAGGIO

Ore 10,00

LA CARNE IN TAVOLA: come scegliere con l'aiuto del Tutor delle carni italiane i tagli dimenticati, che fanno risparmiare in cucina

Ore 12,30

COOKING SHOW: con il Tutor delle carni italiane

GIOVEDÌ
12
MAGGIO

Ore 10,30

NUOVI ORIZZONTI: il gelato al Parmigiano Reggiano e al Lambrusco

Ore 12,30

COOKING SHOW: la pasta ripiena... di sapori dell'Emilia Romagna

9-12 Maggio 2016
FIERE DI PARMA
Padiglione 7 - Stand 063

Coldiretti Emilia Romagna e i suoi Produttori presentano le eccellenze regionali della filiera agricola italiana

CIBUS 2016
18° SALONE INTERNAZIONALE DELL'ALIMENTAZIONE
PARMA 9-12 MAGGIO
WWW.CIBUS.IT

In collaborazione con:

ANGELO PO

Consorzio Agrario Parma
dal 1893

fdai Firmato dagli Agricoltori Italiani



Segreteria organizzativa:
e-mail: emiliar@coldiretti.it
Tel. 051.2758811
www.emilia-romagna.coldiretti.it



www.facebook.com/coldirERCibus

INNOVATORI

Vyrus, la boutique delle superbike che tutto il **mondo** desidera

L'ex Bimota Ascanio Rodorigo assembla a Rimini moto su misura per clienti come Keanu Reeves e Tom Cruise. Nel futuro una scuola di formazione artigiana

di **Andrea Rinaldi**

C'è un garage, sui colli di Rimini — colpevolmente non segnalato dalle istituzioni nella nostra Motor valley — che rompe l'equazione secondo cui in Romagna crescono i piloti, mentre è l'Emilia a fornire loro i motori. Imprenditori da ogni latitudine, Keanu Reeves e Tom Cruise, Lorenzo Bertelli figlio di Miuccia Prada, tutti si inerpicano fino a qua e fanno la fila solo per una cosa: una Vyrus. Un bolide su due ruote dal design aggressivo, che arriva a 300 chilometri orari e che viene pazientemente assemblato a mano e personalizzato in 18 mesi di lavoro.

«Noi non facciamo auto tradizionali né di lusso, il nostro veicolo in alcuni casi viene messo in salotto come oggetto d'arte. Il segreto è il posizionamento filosofico del prodotto», riassume Ascanio Rodorigo, un passato in Bimota come telaista e dal 2002 artefice di questo miracolo meccanico venduto esclusivamente all'estero. I suoi segreti? Customizzazione, artigianalità, pas-saparola, linee e volumi all'avanguardia: «Confezioniamo moto su misura. Per certi aspetti siamo come un atelier, però a me piace chiamarla bottega», un concetto su cui insiste molto questo 53enne visionario. Tant'è che ha già messo nero su bianco due progetti legati alla sua azienda: «Voglio creare una scuola di formazione professionale di alto livello, oppure di gestione manageriale. Voglio far comprendere ai giovani quale tipo di sforzo e di dedizione ci vuole per creare e condurre un'impresa artigianale come questa — rivela — vorrei far vedere che c'è un modo di promuovere istruzione e turis-



Bolidi

Sopra il modello 987 C3 4V pronto per la consegna; sotto l'officina a Cerasolo (Rimini) e Ascanio Rodorigo, fondatore di Vyrus (ph. Francesco Rastrelli)

mo: se viene un americano qua lo puoi tenere una settimana a vedere come nasce una moto, a "fare le pieghe" sui colli, a mangiare bene. Sulla via Emilia realizziamo gli oggetti più belli del mondo, trovatemi un'altra strada nel mondo con tanta inventiva».

E lui di inventiva ne aveva a tonnellate quando, nell'85, mollò la Bimota, allora in am-

ministrazione controllata, per aprire la bottega dove forgiava parti speciali per moto da competizione: «Man mano che ci specializzavamo abbiamo cominciato a costruire qualche moto one-off, cosa che facciamo tuttora. Nel 2002 alla Motor Bike Expo di Padova abbiamo portato la 984, il nostro primo modello: eravamo in 3-4 e volevamo fare en-

gineering per le grandi aziende motociclistiche». Sono rimasti 3-4 in officina ancora oggi (ma il gruppo di lavoro con designer e consulenti sale a 19) e pure il nome è rimasto quello, appiccicato negli anni al pari della resina che lavoravano e che li ha ispirati: «Chiamiamola Vyrus con la y, ci saremo anche ammalati a lavorarla, ma questa moto è

una malattia positiva», propose un ragazzo. Gli abbiamo abbinato lo slogan "pura follia tecnologica", che racchiude il microcosmo delle nostre competenze».

Da Padova Rodorigo e i suoi ragazzi tornarono a casa con una quantità tale di richieste che decisero di produrla in serie. «Ne facemmo una linea di 5 pezzi poi di 12 e oggi, a

distanza di 15 anni, abbiamo realizzato oltre 150 moto. Che sembrano poche, ma, per una piccola bottega artigiana che si prefigge lo scopo di fare veicoli unici, sono numeri importanti».

Le Vyrus sono costruite con materiali nobili, telai in carbonio o ergal; ogni singolo componente è lavorato con la macchina utensile, non c'è nulla di industrializzato, solo tecnologia per le moto da gran premio. «Vendiamo a 27.000 euro anche i kit per trasformare in Vyrus le vecchie motociclette: c'è un grosso bacino di utenza ed è un mercato a cui crediamo. Le Vyrus vere e proprie, essendo personalizzate, arrivano a costare anche 100.000 euro. È un prezzo abbordabile, rispetto al valore che hanno e rispetto a una moto da Gp, che può essere venduta a 2 milioni».

Vyrus esiste in due serie: i modelli 984, 985 (solo 25 esemplari) e 987, motorizzati Ducati, estremamente leggeri, 150 chili di peso; e il modello 986, con motore Honda, nata per le corse, ma omologata anche per la strada, 145 chili di peso. «Adesso stiamo lavorando sulla terza serie, sarà una moto universale, per girare in pista, per viaggiare o per andare a prendere un caffè. Sarà ancora più all'avanguardia e renderemo la meccanica estrema, il design sarà molto avveniristico, ma senza cadere nel tranrello del futurismo».

Nascerà però sempre in garage: «Non sono interessato a collaborazioni con fondi. Desidererei avere un partner che avesse rispetto del mio pensiero e desiderio di partecipare a un progetto. In Italia c'è un sapere artigiano che va preservato. E quando vedo gioielli italiani come Loro Piana o la Benelli in mani straniere mi sento triste... ».

andrea.rinaldi@rcs.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Finanziamenti, consulenze e uffici: tutti i concorsi che aiutano le **startup**

Startup e Upidea! accettano progetti innovativi fino a giugno, Cna invece ne ha già premiati cinque

Progetti mai visti e aspiranti innovatori cercasi. Sono già due in regione i concorsi appena partiti e dedicati interamente a chi ha una buona idea da trasformare in realtà. A cominciare dalla Star Cup Emilia-Romagna, promossa da Aster in collaborazione con l'università di Modena e Reggio-Emilia, che ha scelto il 3 giugno come data ultima per presentare la propria idea di impresa (su www.starcupemiliaromagna.it): ad accedervi saranno i 40 migliori progetti, che poi diventeranno io all'evento di premiazione di ottobre a Reggio-Emilia. Durante le ultime fasi i partecipanti rimasti presenteranno la propria idea davanti ad una platea di imprenditori, investitori e ma-

nager, che designerà i tre vincitori. Al primo classificato saranno assegnati 10.000 euro, al secondo 5.000 e al terzo 4.000, e tutti e tre potranno aderire al Premio nazionale per l'innovazione promosso dalla rete degli incubatori di impresa universitari, che quest'anno si terrà a Modena l'1 e il 2 dicembre.

C'è invece tempo fino al 30 giugno per prendere parte ad «Upidea! Startup program 2016». Si tratta di un'iniziativa, promossa a livello regionale dai Giovani imprenditori di Confindustria Emilia-Romagna, che mette in palio un programma di accelerazione di cinque mesi per sviluppare la propria proposta di business; una sede fissa per un anno; supporto nella gestione del



Promotori Da sinistra Enrico Giuliani, presidente Giovani Imprenditori Unindustria Reggio Emilia, Claudio Bighinati, Presidente Giovani Imprenditori Confindustria Emilia Romagna, Marco Cavazzoni, e Andrea Rossi, Ubi Banca

prodotto con partner tecnici e laboratori; visibilità; contatti con business angel e matching con un network di circa 8.000 aziende in tutti i settori industriali sul territorio, e altro ancora. Di fatto un aiuto a 360 gradi per le startup che saran-

no ritenute migliori da una giuria di esperti, chiamata a valutare ciascun progetto secondo il grado di innovatività, sostenibilità economica, qualità e completezza del team. Sarà poi con l'«Investor day», al termine del percorso di accelera-

zione, che le vincitrici potranno andare alla ricerca di finanziamenti presentandosi, con le loro idee, agli investitori e alle aziende del territorio regionale. Per partecipare occorre presentare la propria candidatura compilando i documenti di-

sponibili sul sito www.upidea.it. Aperte pure le candidature per il Premio Innovazione R2B di R2B-Smau, che si terrà il 9 e 10 giugno alla fiera di Bologna. La prima call termina il 27 maggio (candidatura su www.smau.it).

Infine c'è anche chi come Cna Emilia-Romagna ha già individuato i giovani imprenditori più innovativi del territorio. Solo una settimana fa è andato in scena «Lampi di ingegno — Cna Next» a Forlì: un evento dedicato a cinque storie di successo di startup che ce l'hanno fatta. Come Italdron di Ravenna che in tre anni e mezzo è arrivata ad oltre un milione di euro di fatturato.

Francesca Candioli

© RIPRODUZIONE RISERVATA

PIANETA LAVORO

Imprese fantasma e abusivi Sono le spine nel fianco del commercio **ambulante**

In regione si contano 9.327 attività: una ogni 5 è irregolare
Aumentano quelle straniere, sono il 45,7% del totale

di **Beppe Facchini**

Imprese fantasma e venditori abusivi, ecco le due questioni più spinose per il comparto del commercio ambulante in Emilia-Romagna. Secondo un recente dossier di Anva-Confesercenti, l'associazione dei venditori su aree pubbliche, il rapporto in regione tra operatori irregolari e quelli legali è di 1 a 5, per un mancato gettito fiscale generato dagli abusivi pari a circa 77 milioni di euro e un fatturato occulto da ben 180 milioni di euro. Considerando che per abusivi si intendono prevalentemente gli operatori con inadempimenti fiscali del Durc, il documento unico di regolarità contributiva; che operano su aree in cui il commercio ambulante è vietato o che vendono merce contraffatta o potenzialmente dannosa per la salute, stando sempre alla ricerca, il numero sti-

mato di irregolari che assedia i mercati cercando di intercettare la clientela nelle vicinanze è di 934. E a questi, poi, bisogna aggiungere i quasi 400 mercatini al mese del riuso, degli hobbysti e delle opere d'ingegno ed artistiche per circa 22.000 posteggi in gran parte irregolari. E gli oltre 3.000 abusivi che nei mesi estivi si muovono quotidianamente lungo le spiagge romagnole.

«È un fenomeno che si è ingigantito negli ultimi tempi e che rimane difficile da arginare nonostante esista una normativa regionale in materia che prevede il sequestro della merce: bisognerebbe

Sommerso
Secondo Anva-Confesercenti il mancato gettito fiscale è di 77 milioni

Chi sono



● **Alverio Andreoli**, presidente regionale Fiva Confcommercio

● **Dario Domenichini**, presidente regionale Anva

prevenire e intervenire a monte, scovando le fonti di approvvigionamento degli abusivi» suggerisce **Alverio Andreoli**, presidente regionale e vicepresidente nazionale della Fiva Confcommercio, la federazione italiana dei venditori ambulanti. «Non è facile calcolare il giro d'affari di tutto il nostro comparto in regione — prosegue Andreoli, che è anche commerciante cesenate nel settore abbigliamento — il fatturato medio degli ambulanti va da 60 a 120.000 euro, però bisogna considerare, caso per caso, fattori come il numero di mercati fatti a settimana, sei o dieci, e in quali comuni, perché ogni città è diversa dalle altre».

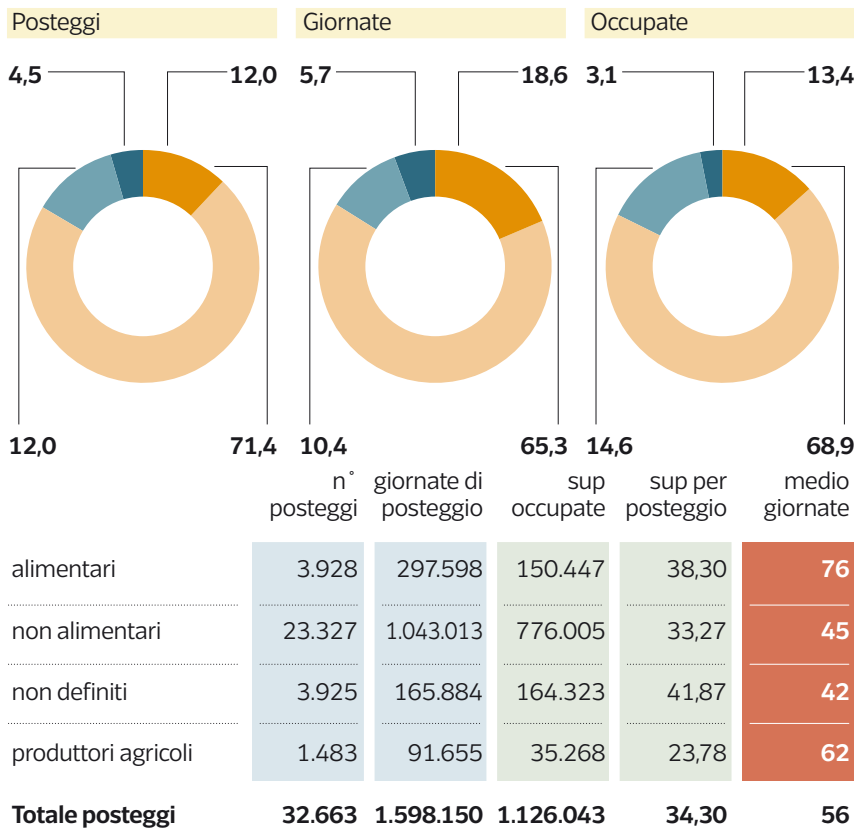
A ogni modo, in totale in Emilia-Romagna si contano 9.327 attività di commercio su aree pubbliche regolarmente iscritte al registro delle imprese, con 12.961 addetti. Ovvero, in media, 2,4 persone per ogni impresa, come ricorda

Il commercio su aree pubbliche in Emilia-Romagna

■ alimentari ■ non alimentari ■ non definiti ■ produttori agricoli

CONSISTENZA COMPLESSIVA

Consistenza dei posteggi all'interno dei mercati



Marco Leoni di Iscom Group, società di consulenza e ricerca sul commercio, e autore di un altro focus sul comparto in regione. Complessivamente, tra settimanali (la maggior parte), giornalieri, mensili e stagionali, in Emilia-Romagna ci sono 732 mercati e 32.663 posteggi

(cioè banchi, in media 44,6 a mercato), per un totale di circa 1,6 milioni di giornate di lavoro in quasi tutti i comuni (solo 28 sono senza mercato). La grande maggioranza dei posteggi (85,5%) è assegnata con concessione decennale dai comuni, ma con differenze

LE OCCASIONI A KM ZERO

PUNTO

a partire da €
9.600
passaggio compreso
FINO ESAURIMENTO SCORTE

500

a partire da €
10.500
passaggio compreso
FINO ESAURIMENTO SCORTE

PIU' FINANZIAMENTO PERSONALIZZATO
FINO A 10.000* € - FINO A 60 MESI* CON
incluso incendio, furto, gap e marchiatura

*fogli informativi per le pratiche di finanziamento presso la concessionaria

www.sva-group.it

Le foto dei modelli delle vetture sono puramente illustrative e non vincolate all'offerta

RAVENNA - Via Trieste, 227 - Tel. 0544 289311 · LUGO - Via Nuova Fiumazzo, 1 - Tel. 0545 35999 · CERVIA - Via Palazzone, 29 - Tel. 0544 973665

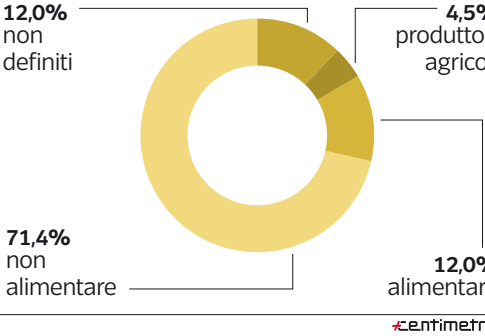
Consistenza dei mercati in regione

	n° mercati		n° posteggi medio
	732		44,6
	Totale posteggi		residenti per posteggio
	32.663		136

Commercio ambulante in Emilia-Romagna

Imprese attive	III trim '15	III trim '14	var. %
Bologna	1.797	1.826	-1,6
Ferrara	756	767	-1,4
Forlì-Cesena	952	937	1,6
Modena	1.344	1.320	1,8
Parma	679	662	2,6
Piacenza	657	666	-1,4
Ravenna	1.105	1.193	-7,4
Reggio Emilia	885	894	-1,0
Rimini	1.152	1.141	1,0
Totale	9.327	9.406	-0,8

Composizione dei posteggi all'interno dei mercati



territoriali significative, come invece emerge da uno studio dell'Osservatorio Regionale del Commercio. In provincia di Parma la percentuale di posteggi senza concessione raggiunge il 28,6% mentre all'estremo opposto c'è Modena con il 6,5%. Ma tra qualche

mese, in ossequio a una direttiva europea, ogni comune dovrà riassegnare tutto tramite bandi. Al fianco di chi ottiene il proprio posto in modo canonico ci sono poi i cosiddetti «spuntisti»: commercianti che pagano una quota giornaliera alle casse comunali per siste-

mare la propria merce nei posteggi che rimangono liberi dopo l'orario previsto per l'arrivo degli ambulanti con regolare autorizzazione. «È una prassi legale e prevista, svolta dalla polizia municipale, ma che dequalifica i mercati — commenta Andreoli — un im-

Mercato
A destra i banconi degli ambulanti in piazzale della Pace a Parma; sotto venditori stranieri espongono la loro merce al mercato della Montagnola in piazza VIII agosto a Bologna



Stranieri

Nella maggior parte dei casi si tratta di extracomunitari provenienti da Marocco, Senegal, Pakistan e Cina

prenditore serio investe sulla propria azienda e non vive alla giornata».

Le aziende di ambulanti attive sono soprattutto in provincia di Bologna (1.797), Modena (1.344), Rimini (1.152) e Ravenna (1.105); 4.892 si occupano di prodotti tessili, abbigliamento e calzature, 1.632 di alimentari e bevande e 372 di commercio al dettaglio. Nella stragrande maggioranza (8.599) si tratta di imprese individuali e in aumento sono quelle con titolari stranieri: attualmente si tratta del 45,7%

del totale, ovvero 4.260 imprese. Nella maggior parte dei casi si tratta di extracomunitari provenienti da Marocco (1.754), Senegal (490), Pakistan (440), Cina (367) e Bangladesh (281). «La presenza di stranieri fra gli imprenditori su aree pubbliche è senza dubbio molto elevata — ragiona Leoni — e appare destinata ad aumentare ulteriormente in futuro, vista la giovane età di questa tipologia di operatori. Tuttavia, gli stranieri titolari di posteggio all'interno di mercati sono appena il 20% del totale e ciò indica che essi operano prevalentemente con autorizzazioni itineranti».

Legato al tema della provenienza di molti commercianti, però, ecco l'altra spada di Damocle del settore, quello delle imprese fantasma: aziende regolarmente iscritte al registro della Camera di commercio, con partita Iva aperta all'Agenzia delle Entrate, ma che di fatto non esercitano alcun genere di attività né di natura sostanziale (acquisto/cessione di beni) né di natura formale (adempimenti fiscali e contributivi). In altre parole, molti commercianti stranieri usano l'escamotage della registrazione



Andreoli

Il fenomeno degli «spuntisti» è legale, ma un imprenditore serio investe, non vive alla giornata

ne per avere un'occupazione stabile fittizia e una fonte di reddito, così da mantenere il proprio permesso di soggiorno grazie al possesso della Scia, la segnalazione certificata di inizio attività. Poi, appena qualcuno batte cassa per riscuotere quanto dovuto al fisco, queste imprese chiudono i battenti.

Ma il fenomeno non si limita ai soli stranieri: secondo l'Anva un'altra ipotesi che alimenta quella che Leoni definisce «area grigia difficile da stimare» è legata all'evasione fiscale operata tramite intestazione di ditte individuali a



Domenichini

Ci sono aziende che aprono e chiudono in un anno, senza versare nulla. Lo abbiamo segnalato

soggetti di fatto irreperibili, con sede legale inutilizzabile per lo svolgimento di un'attività economica e che in gran parte alimenta il mercato della contraffazione. «In regione rappresentano poco meno della metà del totale — rivela Dario Domenichini, presidente regionale di Anva — Sono imprese che aprono e chiudono in un anno, senza versare nulla. Abbiamo segnalato la questione alle autorità competenti affinché svolgano le indagini necessarie».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

BREAKFAST RUN

5 km

alle ore 5.45 a.m.

REGGIO EMILIA 10 GIUGNO

MILANO 17 GIUGNO

TRENTO 24 GIUGNO

TORINO 1 LUGLIO

VERONA 8 LUGLIO

PADOVA 15 LUGLIO

WWW.BREAKFASTRUN.IT

La Gazzetta dello Sport

Tutto il rosa della vita

FOOD VALLEY

«Il Made in Italy in tutte le sue sfumature» Cibus continua la corsa partita con Expo

Apri oggi a Parma la kermesse del food con 3.000 espositori e buyer da Asia e Usa

Dall'area dedicata al Made in Italy con certificazione Kosher e Halal allo spazio riservato ai prodotti ittici. Dalle nuove birre fermentate e non pastorizzate dei Mastri Birrai Umbri alla maionese senza uova di Biffi, fino alle bottiglie biodegradabili al 100% di Acqua Sant'Anna e alla pasta fatta con stampante 3d della Barilla. Senza dimenticare le iniziative anche di carattere culturale in giro per la città come «Cibus in Fabula», mostra di street art curata da Felice Limosani e visitabile all'Ospedale Vecchio di Parma fino al 22 maggio.

È ormai tutto pronto per il taglio del nastro di Cibus, il salone internazionale dell'alimentare, alla 18esima edizione, che dopo un anno di sosta per via di Expo torna da oggi fino al 12 maggio alle Fiere di Parma con numerose novità per gli oltre 70.000 visitatori attesi (almeno 15.000 stranieri e 2.000 top buyer da ogni continente) nei 130.000 metri quadrati nel capoluogo ducale. A inaugurare il salone, con oltre 3.000 espositori da tutto il Paese (più di 300 quelli dell'Emilia-Romagna) e definito dal vicepresidente dell'ente Fiere Alessandra Sassi «apoteosi dell'autentico Made in Italy in tutte le sue sfumature», ci sarà il ministro dell'Agricoltura Maurizio Martina. Ma non si tratta dell'unico rappresentante istituzionale atteso a Parma: ci sarà anche il suo vice Andrea Oliviero, il sottosegretario alla Presidenza del Consiglio Ivan Scalfarotto e il ministro della Salute Beatrice Lorenzin. Non mancheranno infatti, durante i quattro giorni della kermesse, degustazioni e show cooking con chef rinomati come Carlo Cracco e Antonino Cannavacciuolo, convegni, workshop e tavole rotonde sui temi più attuali legati al food: sostenibilità, innovazione, mercati ancora inesplorati, Ogm e nuove esigenze alimentari dei consumatori.



Sassi
Il cibo kosher e halal è importante per affrontare le sfide dei nuovi mercati: Fiere di Parma se ne occupa da anni in giro per il mondo, ma per Cibus si tratta della prima volta

Uno degli appuntamenti più importanti — come la tradizionale assemblea annuale di Federalimentare, organizzatrice dell'evento insieme alle Fiere di Parma — sarà la seconda edizione del World Food Research and Innovation Forum: un progetto patrocinato dalla Regione Emilia-Romagna iniziato nel

2014, proseguito all'interno di Expo e in programma oggi e domani all'Auditorium Paganini (via Toscana 5), per promuovere una piattaforma permanente in grado di affrontare le sfide future per l'alimentazione del pianeta. «Questa edizione corona tutto il lavoro che abbiamo svolto in sei mesi nel padiglione "Cibus è Italia" di Expo con Federalimentare, una



grande sfida vinta che ci rende molto orgogliosi» spiega ancora Sassi, che poi ricorda il giro d'affari della manifestazione —circa 15 milioni di euro— e aggiunge: «La contraffazione di prodotti tipici si combatte spiegandoli e trasferendo consapevolezza e Cibus punta proprio a questo, anche se per fortuna notiamo un interesse sempre maggiore da parte di

buoi stranieri al legame fra sapori tradizionali e territorio». Al fianco dei comparti storici di Cibus non mancheranno gli stand dedicati: verranno presentati 1.000 nuovi prodotti dell'industria alimentare italiana. Gastronomia freschissima, prodotti biologici e gluten free, formaggi senza lattosio, alimenti poveri di grassi e prodotti per vegani, mentre nel padiglione 7 della fiera, dove è stato ricostruito quello allestito a Milano per Expo, ci saranno aree espositive dedicate alle birre artigianali e alla grande distribuzione, oltre al «Seafood Expo» e all'area Kosher/Halal. «È un tema importante per affrontare le sfide dei nuovi mercati: Fiere di Parma si occupa da anni di questo settore in giro per il mondo, ma per Cibus si tratta della prima volta» conferma la vicepresidente.

Evento
Il cooking show dello chef stellato Carlo Cracco all'ultima edizione di Cibus a Parma

Oltre a quello degli espositori (+11% rispetto al 2014) è previsto un aumento anche di buyer provenienti da Asia e America, assicura ancora Sassi.

E questo è un altro traguardo raggiunto grazie alla semina fatta durante Expo. In occasione di Cibus, infine, verranno presentati centinaia di novità di prodotto, come grissini e taralli al kamut, oli vegetali per frittura biologici e ragu di soia.

Beppe Facchini
© RIPRODUZIONE RISERVATA

BE THE MAGLIA ROSA FOR ONE DAY



CIVIDALE DEL FRIULI • 22 MAGGIO 2016 • GFGIRODITALIA.IT

SPONSOR



PARTNER



MEDIA PARTNER



FOOD VALLEY

Inverno caldo e piogge intense Il meteo pazzo **minaccia** i raccolti

Foraggio in calo del 20%, albicocche del 19%. Si teme per grano, patate e cipolle

«**S**otto la neve: pane» cita il detto. Ma l'inverno appena passato di fiocchi ne ha davvero fatti cadere molto pochi tant'è che ora l'agricoltura deve correre ai ripari. Secondo i dati diffusi dal Centro Studi di Confagricoltura sui cambiamenti climatici in Emilia-Romagna (temperature minime e massime, precipitazioni e evapotraspirazione), gli scarti dalle medie del periodo 1971-2000 evidenziano come negli ultimi quattro mesi, cioè da dicembre ad aprile, ci siano stati picchi di innalzamento del termometro anche di 3 gradi centigradi e piogge piuttosto intense che si sono concentrate solo nella seconda metà di febbraio. Quindi? «L'anomalo caldo invernale ha fatto proliferare le colonie di parassiti ossia è mancato il gelo necessario al loro naturale contenimento mentre le alte temperature hanno accelerato la crescita delle infestanti nel periodo antecedente le semine primaverili». Per contro «la primavera è stata fredda ritardando così lo sviluppo delle colture seminate, reso arduo dalla presenza delle infestanti già ben accresciute che hanno richiesto ripetuti trattamenti». Risultato: una diminuzione del numero di piante per metro-quadro, ad esempio, del 10-15% nella barbabietola e nel mais. Soprattutto un aumento dei costi di produzione del 10% sia nelle colture autunno-vermine (frumento tenero e duro, orzo) che in quelle primaverili (bietola, mais, sorgo, soia e altre) dovuto ai maggiori interventi a difesa delle rese e della qualità. A tracciare il bilancio è **Eros Gualandi** della Cooperativa Il Raccolto di San Pietro in Casale (Bologna), 2.000 di coltivazioni a carattere estensivo. «Se permangono anomalie climatiche anche in maggio-giugno-luglio, il raccolto sarà minacciato da basse rese, qualità modesta e alti costi di produzione con inevitabili ripercussioni sulla redditività». A riprova di ciò, i primi dati produttivi del foraggio (lo sfalcio iniziato da circa

Il meteo degli ultimi 4 mesi in regione													
	DICEMBRE 2015			GENNAIO 2016			FEBBRAIO 2016			MARZO 2016			APRILE 2016
	II dec	III dec		I dec	II dec	III dec	I dec	II dec	III dec	I dec	II dec	III dec	I dec
Temp. minima (°C)	1,7	2,5		0,9	-1,6	0,6	2,5	2,1	3,9	1,5	2,9	4,6	8,2
Media climatica (°C)	0,1	-0,6		-1,2	-1,3	-1,0	-0,6	-0,3	0,2	1,1	2,5	4,0	5,2
Scarto dal clima (°C)	1,6	3,1		2,1	-0,3	1,6	3,1	2,4	3,6	0,4	0,4	0,6	3,0
Temp. massima (°C)	8,8	7,2		5,6	6,9	9,0	9,8	8,3	9,8	9,2	11,3	14,3	16,9
Media climatica (°C)	6,4	5,7		5,2	5,3	6,0	6,9	7,8	8,8	9,9	11,9	13,5	14,7
Scarto dal clima (°C)	2,4	1,5		0,4	1,6	3,0	2,9	0,5	1,0	-0,7	-0,6	0,8	2,2
Precipitazione (mm)	1,5	2,4		30,3	15,4	3,4	29,1	51,2	52,5	50,3	8,2	4,3	4,5
Media climatica (mm)	22,5	23,3		18,8	19,9	22,4	15,7	23,9	12,2	20,6	16,0	28,1	26,4
Scarto dal clima (%)	-93,4	-89,8		61,6	-22,9	-84,8	85,5	114,1	329,1	144,3	-48,9	-84,6	-83,1
Evapotraspirazione (mm)	4,1	4,7		4,4	10,0	8,1	10,0	6,0	7,2	10,1	12,9	18,5	17,9
Media climatica (mm)	4,8	5,2		4,7	5,3	7,1	7,4	8,8	9,2	12,6	15,7	20,2	20,2
Scarto dal clima (%)	-13,8	-8,7		-7,4	87,9	13,8	35,1	-32,2	-21,6	-20,2	-18,2	-8,8	-11,6

centimetri

due settimane) segnalano un 15-20% in meno di resa causa l'accrescimento rallentato dalle basse temperature dell'ultimo periodo e dagli attacchi parassitari inconsueti». Con l'avvicinarsi dell'estate i timori ricadono anche sulle performance di patate e cipolle, in assenza del giusto apporto idrico. «Le nuove tecniche di irrigazione e fertirrigazione potrebbero dare un valido aiuto ma — precisa Gualandi — costano».

Lontana è la stagione del 2012, ricorda **Pietro Cerioli** del Cae-Consorzio Agrario dell'Emilia, «quando si verificò lo scenario ideale: 30-40 centimetri di neve che permisero di ottenere una produttività vicina a 100 quintali di frumento tenero per ettaro». Speriamo, aggiunge, in un clima mite e temperato senza vento caldo intenso perché «il grano si fa a

maggio» e i chicchi devono riempirsi.

«Non sarà certo un'annata di piena produzione frutticola» fa sapere **Cristian Moretti**, direttore di Agrintesa (Faenza). Risveglio vegetativo anticipato seguito da un abbassamento delle temperature, unito a piogge e raffiche di vento. «Sono tutte condizioni che compromettono seriamente la fase di allegazione. Nel giro di qualche giorno si è registrata un'escursione termica di 20-25 gradi». Ovvio: «sul ramo avremo probabilmente frutti che cresceranno e altri no». Intanto i numeri sul comparto albicocche li scrive il Cso: «In Italia la fioritura è stata penalizzata da precipitazioni e sbalzi termici: la produzione stimata è di 163.000 tonnellate con un calo del 19% rispetto al 2015». Lo conferma **Paolo Placci**, produttore di albicoc-

che sulle colline faentine, che sottolinea pure come «ci siano alcune varietà precoci e tardive che hanno sofferto più di altre del fabbisogno in freddo della pianta nei mesi invernali pertanto mancheranno sicuramente dei frutti». Poco distante, negli impianti di kiwi di **Francesco Donati**, si risente ancora del caldo killer dell'estate scorsa. «È ancora presto per dirlo ma quest'anno — sostiene preoccupato — la resa potrebbe subire un crollo del 20-30%. Pesche e susine? La produzione sarà differenziata da zona a zona, a macchia di leopardo».

Più prudente l'analisi che fa **Pietro Pezzuoli** del Consorzio di tutela del Lambrusco, guardando lo stato di salute delle sue vigne tra Maranello e Carpi. «La vite è partita bene anche se siamo intervenuti in anticipo con i trattamenti fitosanitari. Ci stiamo avvicinando al clima della Toscana e se questa è la tendenza, sulle nostre colline potremmo addirittura coltivare vino ad un'altitudine superiore».

Ba. Be.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cesena Macfrut



Piraccini: «Nord Africa e Medio Oriente aree strategiche per il nostro export»

L'ortofrutta può contribuire allo sviluppo dei Paesi africani e del Medio Oriente e migliorare le condizioni di vita dei suoi abitanti e ridurre così i flussi migratori verso l'Europa. È il messaggio che Macfrut, la principale rassegna italiana del settore ha lanciato da Il Cairo, dove la scorsa settimana edizione di Mac Frut Attraction, alle istituzioni europee e internazionali. Il miglioramento delle tecniche di coltivazione, stoccaggio e lavorazione dei prodotti agricoli, in particolare dell'ortofrutta, rappresenta il modo più rapido e sicuro per sviluppare l'economia dei Paesi africani. L'Italia è al primo posto tra gli Stati dell'Unione Europea per l'esportazione di mele in Egitto, tanto da avere raddoppiato i volumi nel giro di soli tre anni: 93.899 tonnellate nel 2014 contro le 45.342 del 2012 (fonte dati Cso). Ma l'Egitto è anche un esportatore in particolare modo di arance (181.000 tonnellate) e patate (119 tonnellate). E l'Italia è il primo partner commerciale sul fronte del mercato delle patate (55.644 tonnellate). Gli altri prodotti esportati dall'Egitto in Italia sono le arance (4.202 tonnellate), cipolle (6.160), fagioli (4.333) e uva da tavola (3.420). «Nord Africa e Medio Oriente sono diventate aree strategiche per il nostro export ortofrutticolo — ha spiegato il presidente di Cesena Fiera Renzo Piraccini (nella foto) — con ampi margini di ulteriore crescita. Tutta l'Africa ha bisogno di tecnologie e packaging, esigenze che le imprese italiane sono in grado di soddisfare in quanto leader mondiali del settore».

Ale. Ma.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'agenda

● 11 maggio
C'è tempo fino al 11 maggio per iscriversi alla 7° edizione del Concorso enologico «Matilde di Canossa – Terre di Lambrusco», promosso dalla Camera di commercio di Reggio Emilia, Modena, Parma e Mantova.

● 11 maggio
All'università di Ferrara, dalle 9 alle 17.30, si terrà il Career Day 2016, organizzato dai dipartimenti di Ingegneria, Economia, Matematica e Informatica.

● 12 maggio
Oggi il Convegno "Responsabilità e trasparenza di filiera: il sistema pomodoro da Industria del Nord Italia". Sala Consiglio, Palazzina Uffici, Cibus Parma. Ore 10

● 12 maggio
Gianpaolo Dallara oggi sarà insignito del titolo di "Professore ad Honorem dell'Università di Parma in Ingegneria Industriale all'Università di Parma. Ore 12 Aula G

● 17 maggio
A Bologna l'incontro alle 10 «The age of social recruiting: il web cambia le regole per la ricerca del personale». In via San Domenico 4

Stagione per stagione

di **Barbara Bertuzzi**

Aumenta la quota destinata al surgelato ma l'aroma del **prezzemolo** va gustato fresco

Tiene il mercato del fresco. «È una coltura dalla redditività medio alta che ha sofferto meno di altre (ad esempio dell'insalata) la cannibalizzazione della IV gamma anche perché l'aroma del prezzemolo, si sa, va gustato subito» spiega Lauro Guidi presidente di Agribologna, la cooperativa ortofrutticola che solo nel periodo 2014-2015 è passata da 356.000 a 494.000 chili di prodotto venduto, soprattutto in mazzetti da 100-200 grammi. Tuttavia non è facile coltivarlo, richiede specializzazione. «Chi lo fa, possiede una esperienza anche trentennale. La difficoltà? Sta nella sua difesa. Ci sono pochi prodotti fitosanitari registrati dalle multinazionali». La raccolta dell'Emilia-Romagna è cominciata ora in pieno campo (a metà marzo in serra) e prosegue fino a novembre. Riccardo Astolfi lo produce da anni (un'eredità lasciata dai genitori) a Spadarolo

di Rimini su una superficie di quattro ettari, in costante crescita. «Non possiamo utilizzare diserbanti quindi si zappa come venti anni fa». Inoltre «il terreno deve essere pulito; è necessaria una rotazione culturale almeno ogni quattro anni e non bisogna seminarlo o piantarlo (in effetti è possibile sia il trapianto che la semina) troppo fitto, supergiù 500.000 piante per ettaro». Se ne raccoglie «35 chili all'ora con l'ausilio dell'agevolatrice e 25 manualmente». Si fanno 5 tagli all'anno, 100 quintali cadauno, per una produzione annuale complessiva di 500 quintali per ettaro. Varietà storica? «La Gigante d'Italia, foglia ampia e distesa dal colore verde intenso». Poi c'è anche il prezzemolo «riccio» ma «in Italia si usa solo come decorazione mentre è molto consumato in Nord Europa».

A San Mauro Pascoli (Forlì-Cesena) Daniele Montemaggi lo coltiva su 7 ettari destina-



La pianta

Il prezzemolo è una pianta biennale della famiglia delle Apiaceae, originaria delle zone mediterranee. Cresce spontaneamente nei boschi e nei prati delle zone a clima temperato. Tra le varietà disponibili Gigante d'Italia e Riccio.

dolo in parte al mercato del fresco («tagliato a mano e legato in mazzetti»), in parte all'industria («l'agevolatrice scarica direttamente il prodotto in un contenitore che viene trasportato al centro di lavorazione»). Raccolto giornaliero: 300-400 chili (agricolamontemaggi.com). Con un incremento della quota per il surgelato del 30% negli ultimi due anni. «La nostra produzione è certificata Global Gap-Good agricultural practice, il che garantisce le buone pratiche agricole e — precisa — vengono effettuate costanti analisi del terreno e delle acque: la pianta appartiene alla famiglia delle Ombrellifere quindi assorbe tutte le sostanze dal suolo».

Il prezzo al mercato? «Adesso è buono — sbotta Astolfi — circa 1 euro e mezzo al chilo. Ma siamo ancora all'inizio della stagione».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Progetti innovativi per l'industria



www.sgarzi.it

Anzola Emilia (BO) - Italy - Tel. 051 734 886 - info@sgarzi.it



OPINIONI & COMMENTI

L'editoriale

All'Italia serve una lezione di tedesco

SEGUE DALLA PRIMA

Le spalle (più) larghe consentono di svolgere con maggiore efficacia le due strategie d'impresa sempre più indispensabili; ossia investire in conoscenza (ricerca e sviluppo, capitale umano) e spingersi verso mercati esteri sempre più lontani (export e investimenti diretti esteri).

Ora, di fronte ai numeri delle grandi imprese tedesche (valgono il 37% dell'occupazione e il 46% del valore aggiunto), si potrebbe essere indotti a dare la partita persa in partenza. Così non è, per fortuna. E allora che cosa ci tiene in gioco? La risposta la troviamo nell'Inghilterra di fine Ottocento e nell'idea, all'epoca formulata da Alfred Marshall, sulle «conomie esterne di agglomerazione»: in una parola, ci tengono in gioco i distretti industriali, che su un dato territorio danno vita — con l'interazione virtuosa fra una moltitudine di pmi — a produzioni efficienti (mentre la grande è efficiente perché realizza economie di scala legate alla sua dimensione).

I recentissimi dati della Direzione studi e ricerche di Intesa Sanpaolo (Isp) sono straordinari giacché mettono a confronto l'evoluzione delle esportazioni tra il 2012 e il 2015: la variazione cumulata per l'insieme dei quasi 150 distretti italiani è stata pari al 13,6%, un incremento decisamente più alto di quello messo a segno dal manifatturiero tedesco (7,8%).

L'Emilia-Romagna con i suoi 20 distretti industriali contribuisce in maniera importante a tali performance. Qui più che altrove sono poi visibili i segni del cambiamento in atto all'interno dei distretti, ove si stanno affermando un po' dappertutto (meccanica, moda, piastrelle, alimentare, eccetera) i leader di distretto: imprese di medie dimensioni, talvolta anche grandi, capaci di trainare — con le loro filiere — interi territori.

Naturalmente, resta con la Germania un grande divario negli investimenti in R&S: è un gap che viene da lontano, ma che negli anni di Industria 4.0 va aggredito con tutte le nostre forze.

Franco Mosconi

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il controcanto di Massimo Degli Esposti

CREMONINI SI METTE A CAPO DELLA FILIERA ZOOTEKNICA



Le lettere vanno inviate a:
Corriere di Bologna
Via Baruzzi 1/2,
40138 Bologna
e-mail: lettere@corrieredibologna.it
Fax: 051.3951289
oppure a:
andrea.rinaldi@rcs.it
mdegliesp@gmail.com



L'operazione Inalca-Unipeg è passata quasi inosservata. Poche righe sulla stampa nazionale, qualcosa in più sulle pagine locali di Reggio Emilia e Modena, le due province coinvolte da un matrimonio che dà vita al primo gruppo europeo del settore carni con oltre 2 miliardi di euro di fatturato. Eppure quella conclusa il 30 aprile scorso è un'operazione che cambia lo scenario dell'industria alimentare italiana. Non solo per le dimensioni e non solo perché unisce i destini dei primi due campioni nazionali, che assieme controlleranno il 30% del mercato, ma

soprattutto perché apre le porte del mondo a tutta la filiera zootecnica italiana. Unipeg, infatti, aggrega 850 allevatori che producono ogni anno 150.000 capi di bestiame. Dal Dopoguerra e fino all'altro ieri gli allevatori della cooperativa alimentavano i due macelli di proprietà a Reggio Emilia e a Pegognaga e lo stabilimento di porzionatura e trasformazione della controllata Assofood di Castelvetro. Tre impianti che nel 2015 hanno fatturato 410 milioni, ma gravati di un indebitamento che ne minacciava la sopravvivenza. Con l'accordo di

Piazza Affari

di Angelo Drusiani

Furla a Piazza Affari sulla scia di Moncler



Il dado è tratto! Da pochi giorni Furla, l'azienda bolognese, nota, fin dal 1927, soprattutto per la produzione di borse, si è incamminata verso la quotazione a Piazza Affari. Rifiutati per anni i corteggiamenti di aziende di private equity, è toccato alla Tip di Giovanni Tamburi l'opportunità di accompagnare la società fondata da Aldo e Margherita Furlanetto verso Borsa Italiana. Già da molti anni la produzione di Furla non si limita alle borse, ma s'allarga a gioielli, pelletteria, calzature e accessori di vario genere. Il fatturato, nel 2015, ha toccato quota 339 milioni di euro, in aumento del 30% sul 2014, mentre il margine operativo lordo si è attestato a 44 milioni di euro, con un incremento del 29%. L'approccio a Piazza Affari avverrà con l'emissione di un prestito di 15 milioni di euro di obbligazioni convertibili e convertendo in azioni Furla che sarà sottoscritto da Tip. Tip potrà sottoscrivere o far sottoscrivere ulteriori quote di azioni ad altri nominativi, all'atto dell'Offerta Pubblica. È noto che la contraffazione di borse rappre-

ALBERTINI SYZ BANCA PRIVATA

senta un serio problema per chi le produce regolarmente. Anche le borse di Furla risultano essere largamente copiate, con grave danno per il fatturato dell'azienda. Recentemente, però, l'azienda emiliana ha messo a segno un ottimo colpo in Cina. Con un'azione effettuata direttamente nel distretto di Baiyun, in Guangdong, lo studio di avvocati Squire, Patton, Boggs è riuscito a far sequestrare poco meno di 20.000 borse, macchine da cucire e relativi stampi. La polizia, in questo caso, ha collaborato attivamente. Colpire la contraffazione è un ottimo biglietto da visita. Bene per Furla, che ha aperto una strada importante. Nel personale taccuino degli investimenti segnate e sottolineate il nome di questa azienda e, in sede d'Opa, non mancate di aderire. Inoltre, non dimenticate che la Tip in passato aveva rilevato le quote di Moncler e di Eataly di Oscar Farnetti. Il successo borsistico di Moncler è stato straordinario. Di Eataly si vedrà. Di Furla, pure.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Fatti e scenari

Aimag e la futura fusione

I sindacati danno il consenso

Il 31 luglio i comuni decideranno

Nessun pregiudizio verso la fusione di Aimag con un'altra multiutility, «purché l'eventuale nuova azienda applichi le condizioni contrattuali di miglior favore, salvaguardi le professionalità presenti e mantenga in mani pubbliche la maggioranza del pacchetto azionario». E questa, la posizione espressa da Cgil, Cisl e Uil di fronte ai Comuni che controllano l'ex municipalizzata della Bassa modenese, oggetto di un'asta di vendita. Le parole della Triplice potrebbero essere un via libera alle agognate nozze con Hera, già socia al 25% e la cui manifestazione di interesse è l'unica, tra le sette in lizza, a ipotizzare un'integrazione tout court. Tuttavia, i Comuni non rinnoveranno i patti parasociali ora in scadenza con la stessa Hera e con le Fondazioni bancarie, per eleggere interamente da soli il nuovo cda di Aimag, come traghetta-tore verso la futura integrazione. Sul partner è attesa una decisione definitiva entro il 31 luglio.

N. T.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Fotovoltaico L'impianto di Aimag a Cognito (Modena)

Terza acquisizione da inizio anno

Interpump compra Tubiflex

e cresce nel settore dei tubi flessibili

Per via delle frenetiche acquisizioni (cinque o sei all'anno negli ultimi dieci) Fulvio Montipò, fondatore e maggior azionista della reggiana Interpump, numero uno mondiale nelle pompe idrauliche, si autodefinisce «il vampiro buono della via Emilia». Ma l'altro ieri ha sconfinato, mettendo a segno la terza acquisizione dell'anno in Piemonte. Si tratta della Tubiflex di Orbassano (Torino) specializzata nella produzione di tubi flessibili metallici e non metallici, compensatori di dilatazione metallici, soffiotti metallici, scambiatori di calore da tubo ondulato, prodotti speciali per tutti i settori della meccanica e della petrolchimica. L'acquisizione di Tubiflex, che l'anno scorso ha fatturato 22,8 milioni con un Ebitda di 5,3 e una liquidità netta di 3,9, consente ad Interpump di rafforzarsi nel mercato dei tubi, già presidiato dalla controllata Imm. L'operazione è stata regolata cash per 21 milioni e 560 mila euro, e per il resto in azioni proprie.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervento

Vino, bene la produzione, ma il futuro si gioca in Nord America e Cina

SEGUE DALLA PRIMA

Nel fatto che circa i tre quarti di questi quantitativi riguardano vino sfuso, i cui prezzi di vendita sono notoriamente bassi e, peggio ancora, in balia della concorrenza internazionale, in particolare spagnola. E proprio guardando ai comportamenti dei concorrenti iberici si spiega il calo nel valore dell'export di vino emiliano-romagnolo intervenuto da due anni a questa parte, quando nel 2013 le vendite oltre frontiera avevano raggiunto il record storico di 388 milioni di euro. In quell'anno, infatti, la Spagna produce più di 45 milioni di ettolitri di vino, un livello mai raggiunto negli ultimi vent'anni, grazie a un rinnovo dei vigneti dotandoli di sistemi di irrigazione e unendo a questa maggior produttività una raccolta

meccanizzata in grado di abbattere i costi. Nel biennio successivo gli spagnoli esportano qualcosa come 26,4 milioni di ettolitri di vino in cisterna, a un prezzo che mediamente è la metà del nostro. Risultato: l'export italiano di vino sfuso passa da 481 a 359 milioni di euro, trascinando al ribasso anche il valore delle esportazioni di quelle regioni dove questa tipologia detiene un'incidenza significativa, in primis Emilia-Romagna.

Eppur qualcosa si muove. La componente dell'export regionale formata dai vini imbottigliati aumenta di peso e oggi vale il 62% contro il 48% di qualche anno fa, non solo per «demerito» degli sfusi, ma per via di una riqualificazione produttiva che, oltre ad ottenere riconoscimenti nelle guide dei vini, si è accompagnata a un utilizzo efficace

delle risorse fornite dall'Unione Europea (OCM Vino) per la promozione sui mercati terzi. Lo si intuisce chiaramente da come sono cambiati i mercati di destinazione: se dieci anni fa Francia e Germania — i due principali acquirenti di vino sfuso a livello mondiale — gravavano sulle esportazioni emiliano-romagnole per il 41%, oggi la loro incidenza è di poco superiore al 30%. Al contrario, i mercati del Nord America (Stati Uniti e Canada) notoriamente in grado di valorizzare maggiormente le produzioni regionali, sono arrivati ad assorbire circa il 26% dell'export contro il 21% di un decennio fa, grazie a crescita che nel caso del Canada sono state superiori al 230%. Ancora da conquistare invece il grande mercato cinese: oggi vale appena il 3% delle vendite all'estero dei vini emiliano romagnoli, seppure cinque anni fa l'incidenza era di poco superiore all'1%.

Denis Pantini
Nomisma

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE IMPRESE

A cura della redazione del Corriere di Bologna

Direttore responsabile:
Enrico Franco

Caporedattore centrale:
Simone Sabatini

RCS Edizioni Locali s.r.l.
Presidente:
Alessandro Bompieri
Amministratore Delegato:
Massimo Monzio Compagnoni

Sede legale:
Via Angelo Rizzoli, 8
20132 Milano

Registrazione Tribunale di Bologna
n. 8389 del 16/9/2015
Responsabile del trattamento
dei dati (D.Lgs. 196/2003):
Enrico Franco

© Copyright RCS Edizioni Locali s.r.l.
Tutti i diritti sono riservati. Nessuna
parte di questo quotidiano può essere

riprodotta con mezzi grafici, meccanici,
elettronici o digitali. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge.

Stampa:
RCS Produzioni Padova S.p.A.
Corso Stati Uniti, 23 - 35100 Padova
Tel. 049.870.00.73

Diffusione: m-dis Spa
Via Cazzaniga, 19 - 20132 Milano
Tel. 02.25821

Pubblicità: Rcs MediaGroup S.p.A.
Dir. Communication Solutions
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02.2584.1
www.rcscommunicationsolutions.it

Pubblicità locale: Speed Società
Pubblicità Editoriale e Digitale S.p.A.
Via E. Mattei, 106 - 40138 Bologna
Tel. 051.6033848

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in
Abbonamento Postale - D.L.
353/2003 conv. L. 46/2004, Art.1,
c.1, DCB Milano

Supplemento gratuito al numero
odierno del
CORRIERE DELLA SERA
Direttore responsabile
Luciano Fontana



cinquerosso

FASHION RESEARCH ITALY

BOLOGNA, VIA BORGONUOVO 5 - 051 220086
sede legale

LA FONDAZIONE FASHION RESEARCH ITALY
VALORIZZA CREATIVITÀ, TALENTO, INNOVAZIONE
TRACCIANDO LE TRAIETTORIE DEL CAMBIAMENTO.

MASTER IN FASHION, DESIGN & TECHNOLOGY
CON L'UNIVERSITÀ DI BOLOGNA E CORSI DI ALTA
FORMAZIONE SULLE PIÙ MODERNE TECNOLOGIE
PER LA COMUNICAZIONE DEL MADE IN ITALY.

ARCHIVIAZIONE SCIENTIFICA E DIGITALE DEL
PATRIMONIO FOTOGRAFICO DELLE ECCELLENZE
FASHION, DI UN FONDO DI 20.000 DISEGNI DIPINTI
A MANO E 5.000 VOLUMI PER GLI UFFICI STUDI.

www.fashionresearchitaly.org

FRI
FASHION
RESEARCH
ITALY